



Undersøkelse om

# **BETALING FOR NYHETER**

2021

# Informasjon om undersøkelsen

Feltperiode:	11.08 – 18.08 2021
Antall intervju:	1012
Målgruppe:	Befolkningen 18 år +

## Metode:

Undersøkelsen er gjennomført i samarbeid med Kantar.

CAWI-intervju. Respondentene er trukket tilfeldig fra Kantars webpanel, *GallupPanelet*, Norges eneste ISO-sertifiserte panel (ISO 26362:2009).

Standard trekkeprosedyrer etter normalfordelingen i befolkningen (etter kjønn, alder og geografi). I tillegg er det tatt høyde for forventet svarprosent innenfor de ulike gruppene. Det vil si at det er sendt ut forholdsmessig høyere antall invitasjoner i grupper med erfaringsmessig lavere svarprosent.

Resultatene er vektet på kjønn, alder og utdanning.

Undersøkelsen er gjennomført som en selvstendig undersøkelse.

# Bakgrunn

Brukerinntektene utgjør i dag rundt to tredjedeler av inntektene til norske aviser, og opplagsutvikling har vært positiv siden 2017. 2020 ble preget av koronapandemien, som også har satt sitt preg på starten av 2021. MBL dokumenterer utviklingen i betalingsvilje og holdninger til nyheter og mediehusenes tilbud til den norske befolkningen gjennom undersøkelsen «Betaling for nyheter». I 2021 ble undersøkelsen gjennomført for fjerde gang.

Undersøkelsen har som formål å skape innsikt i forhold rundt «betaling for nyheter» i Norge. Den ser nærmere på trender i befolkningen, hvordan ulike befolkningsgrupper forholder seg til nyheter, det mangfoldet av medier vi har i dag, og hvilke tanker og holdninger som finnes rundt fremtidig mediebruk.

Det er stilt spørsmål rundt følgende hovedelementer:

- Hvor man henter nyheter fra
- Hvor mange og hvem som betaler for nyheter gjennom abonnement
- Hvorfor man velger å betale eller ikke betale for nyheter
- Avisabonnement sett i sammenheng med andre typer medieabonnement
- Opplevd verdi av ulike tilbud og tjenester i avisabonnement
- Holdninger og tillit til å dele personopplysninger med ulike medier
- Holdninger til innlogging hos ulike tjenester

Undersøkelsen tar for seg nyheter innenfor et mangfold av kanaler (TV, radio, papiirutgaver og digitale flater), tradisjonelle medier og sosiale medier. Fra 2020 er også spørsmål om ulike strømmetjenester inkludert.

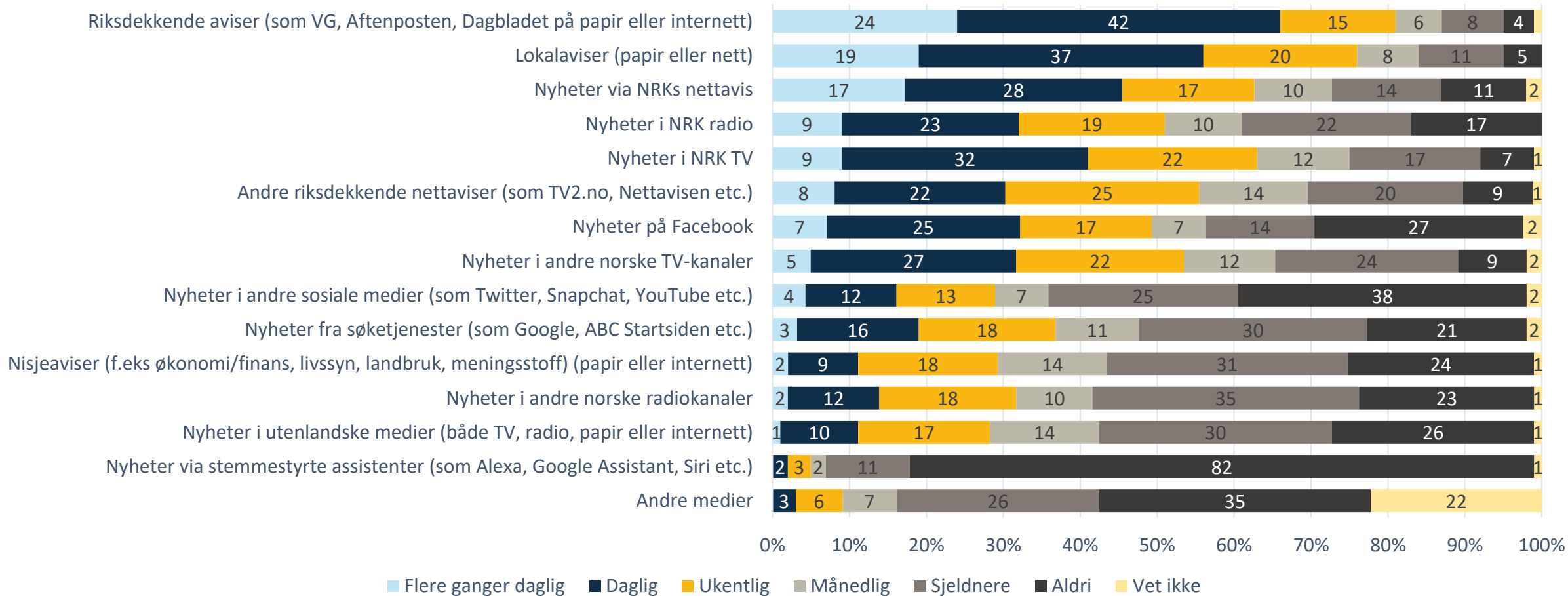


Hvor hentes  
nyhetene fra?

# HVOR – oppsummering

- Koronapandemien preget nyhetsbildet i 2020 og også videre inn i 2021. Tilgang til raske nyhetsoppdateringer ble enda viktigere og folk hadde behov for å følge med, både på det som skjedde i nærområdet og i det nasjonale og internasjonale nyhetsbildet. Bruken av ulike nyhetskanaler styrket seg slik gjennom 2020, mens innværende år viser at noen nyhetsmedier i større grad enn andre har klart å opprettholde posisjonen videre gjennom 2021.
- De riksdekkende avisene og lokalavisene står sterkest som daglige leverandører av nyheter, selv om bruken nå legger seg mer på linje med det vi så før koronapandemien. 66 prosent leser daglig innhold fra riksdekkende aviser som VG, Dagbladet og Aftenposten enten på nett eller papir, 30 prosent bruker andre riksdekkende nettaviser som TV2 og Nettavisen, mens 56 prosent bruker lokalavisene én eller flere ganger om dagen.
- Det er NRKs nettavis og nisjeavisene som øker mest i daglig bruk siden 2018. 45 prosent får nå daglig nyheter fra NRK.no, mens 11 prosent leser nyheter fra nisjeaviser daglig. Det er en økning på 32 prosent for NRKs nettavis, mens nisjeavisene går frem 23 prosent de tre siste årene.
- Trenden viser at det stadig er færre som bruker Facebook til nyheter. Bruken er fortsatt høyere enn for andre sosiale medier, og nær 1 av 3 sier at de henter nyheter fra Facebook daglig. Ca. 2 av 10 får daglig nyheter fra søketjenester som Google og ABC Startsidene.
- Bruken av utenlandske nyhetskanaler økte kraftig i 2020, men er nå tilbake på 2018-nivå. Ca. 1 av 10 bruker utenlandske nyhetskanaler daglig.
- Stemmetyrte tjenester via smarthøytalere ser ikke ut til å ha fått fotfeste. Den daglige bruken er stabilt lav og kun 2 prosent søker daglig nyheter på denne måten.
- De riksdekkende avisene på tvers av papir og nett er fortsatt folks viktigste nyhetskilde. Flest, og ca. 1 av 3, har dette som sin viktigste kilde til nyheter, etterfulgt av TV-kanaler fra NRK (15 %) og NRKs nettavis (15 %). Nærmere 1 av 10 har også en lokalavis som sin viktigste kilde til nyheter, mens kun 4 prosent oppgir sosiale medier som viktigste nyhetskilde.
- NRK styrker seg, spesielt på nett men også på TV, og flere har nå NRK, på tvers av TV, radio og nett, enn riksdekkende aviser som viktigste nyhetskilde.

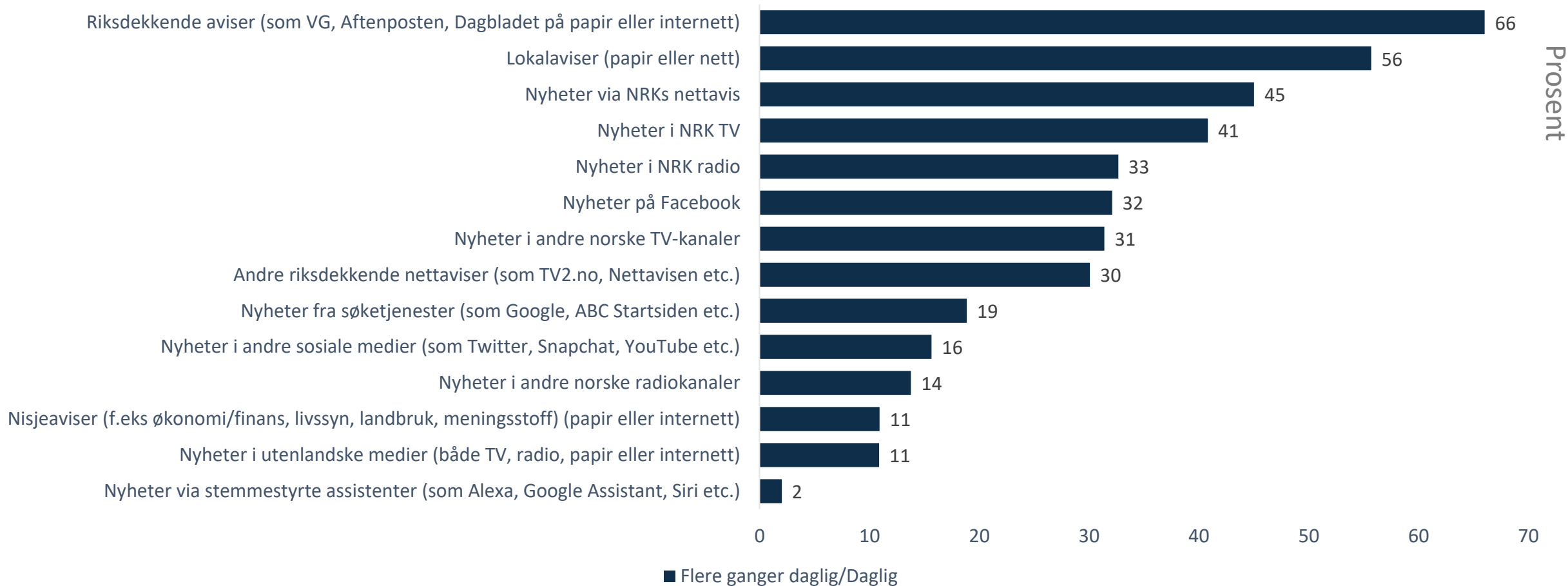
# Bruk av nyheter fra ulike medier



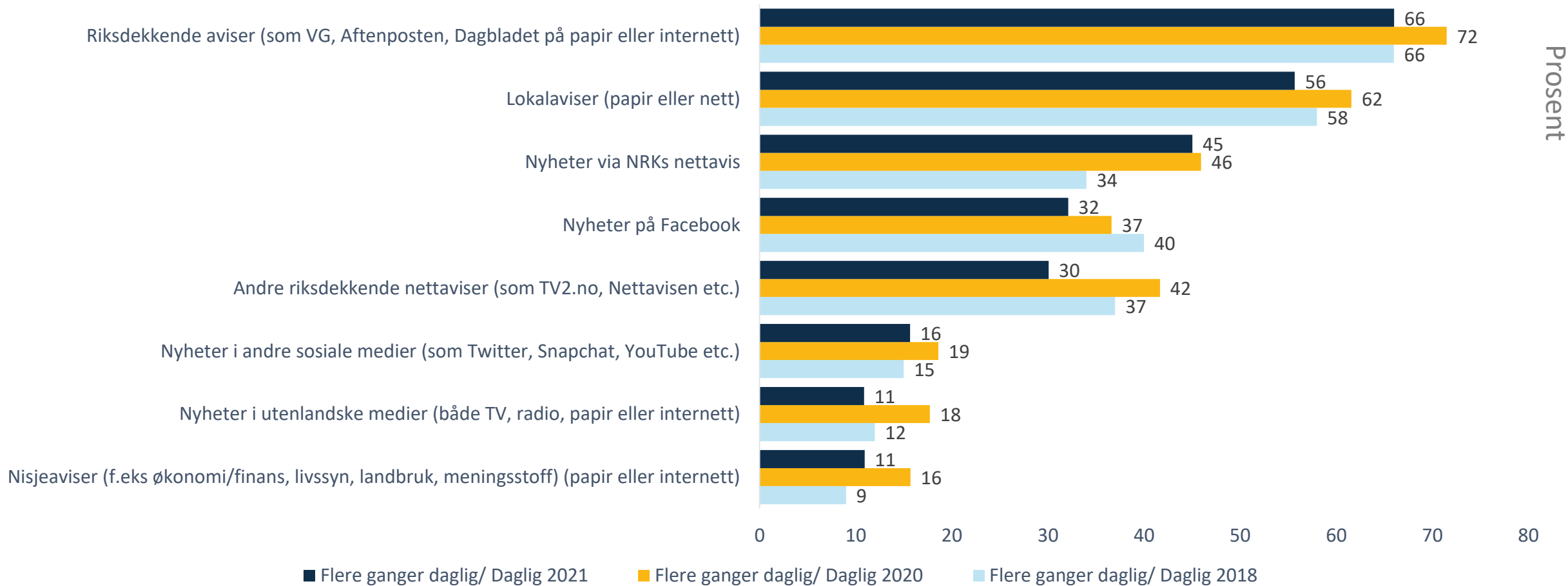
Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier?

Base 2021: Alle: 1012

# Riks- og lokalavisene benyttes oftest som nyhetskilde



# Pandemien gav vekst for mange nyhetsmedier

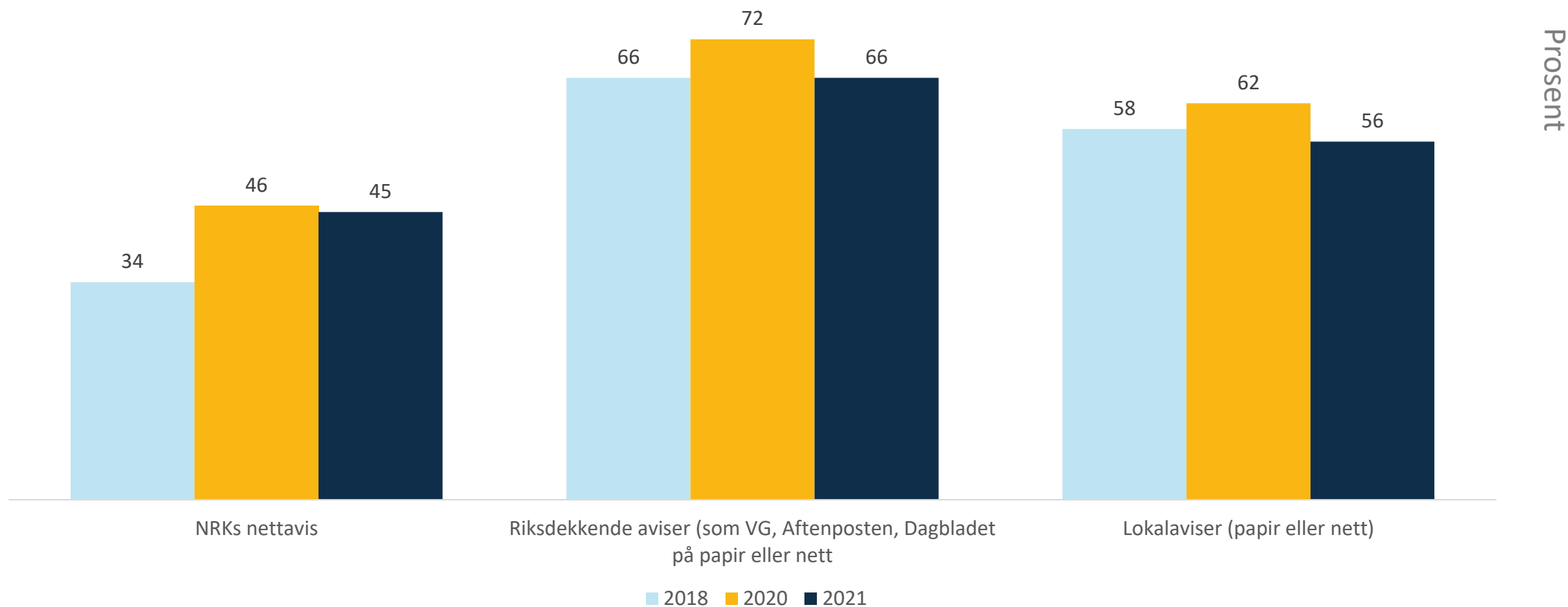


Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier?

Base 2021: Alle: 1012



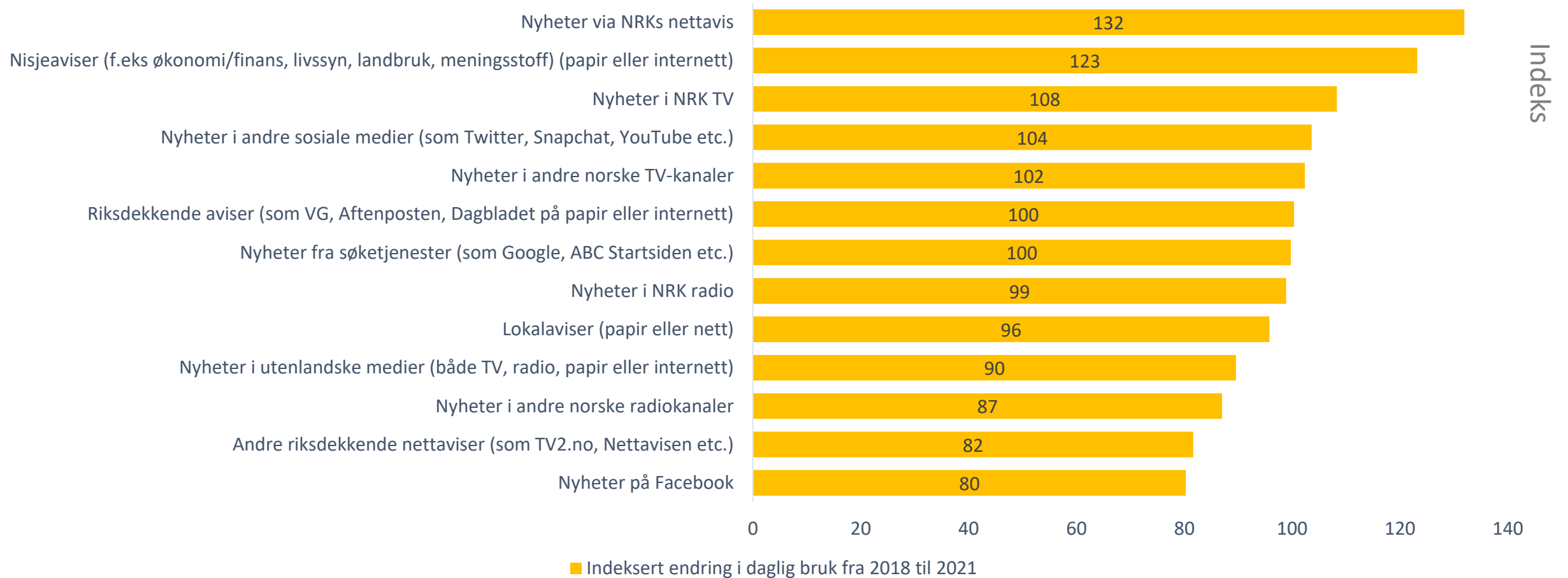
# Utvikling i nyhetsbruk 2018-2021



Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier? Flere ganger daglig/Daglig

Base 2021: Alle: 1012

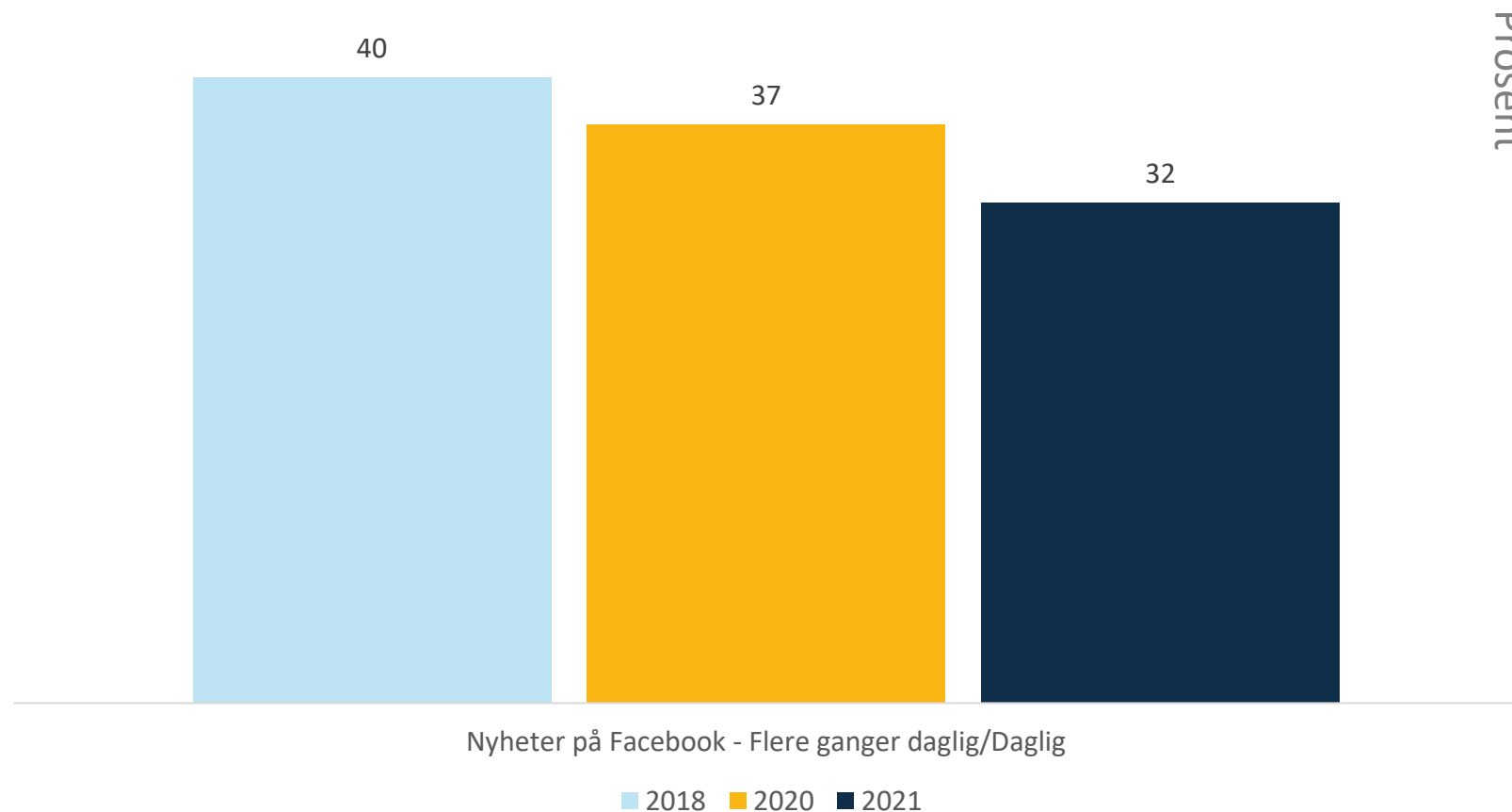
# NRK.no og nisjeaviser øker mest i daglig bruk



Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier? Flere ganger daglig/Daglig

Base 2021: Alle: 1012

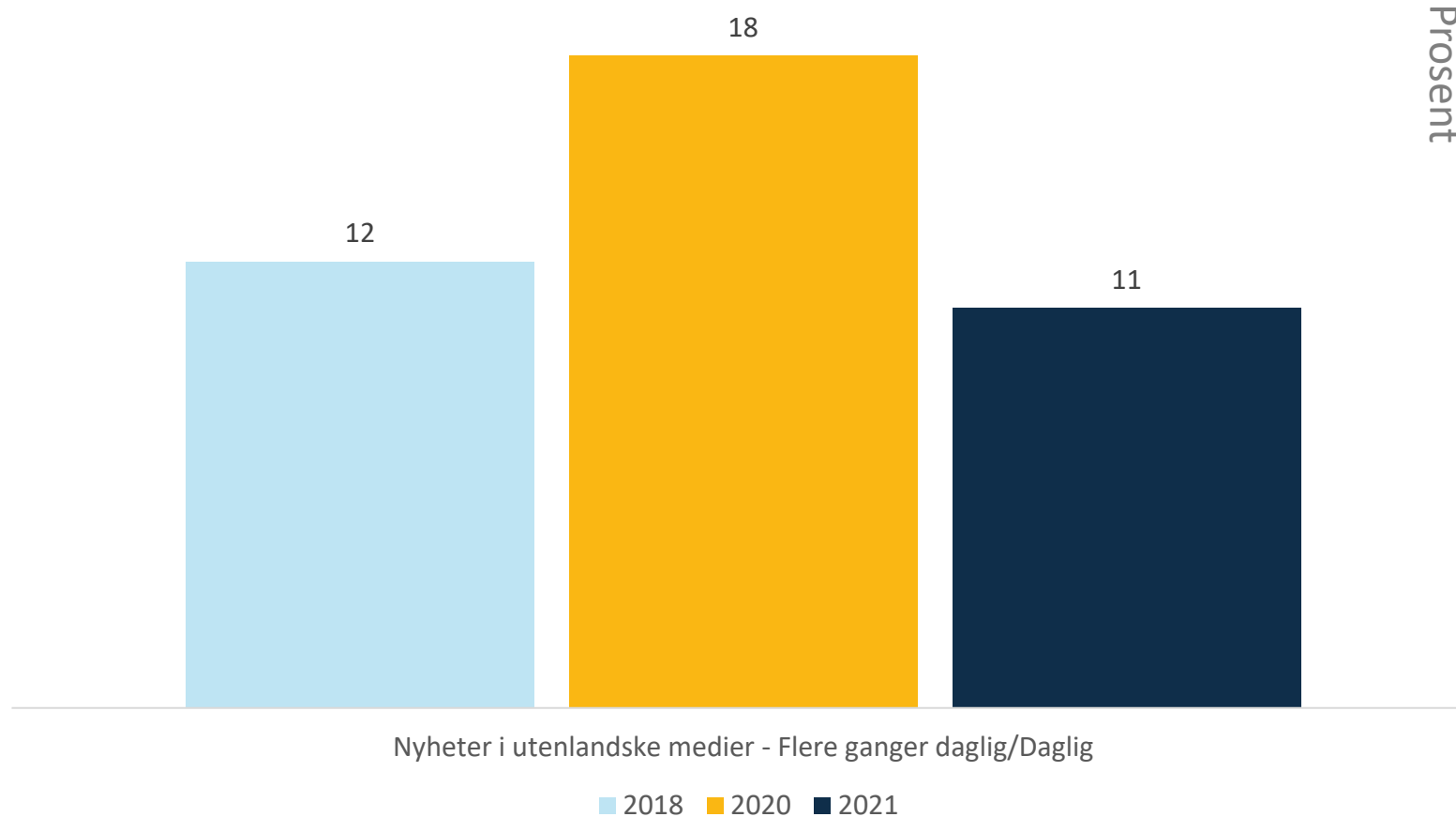
# Nyhetsbruken på **facebook** går tilbake



Bruken av nyheter på Facebook er fortsatt til stede, og høyere enn for andre sosiale medier. Nærmere 1 av 3 sier at de henter nyheter fra Facebook daglig. Det er flest i alderen 45 til 59 år som benytter Facebook til nyheter daglig (43 %), og nettsamfunnet benyttes i omtrent like stor grad av de som har tilgang til abonnement i husstanden og ikke.

Trenden viser at det stadig er færre som bruker Facebook til nyheter, og det er svært få som mener at Facebook er deres viktigste nyhetskilde. Bare 2 prosent svarer dette i årets undersøkelse.

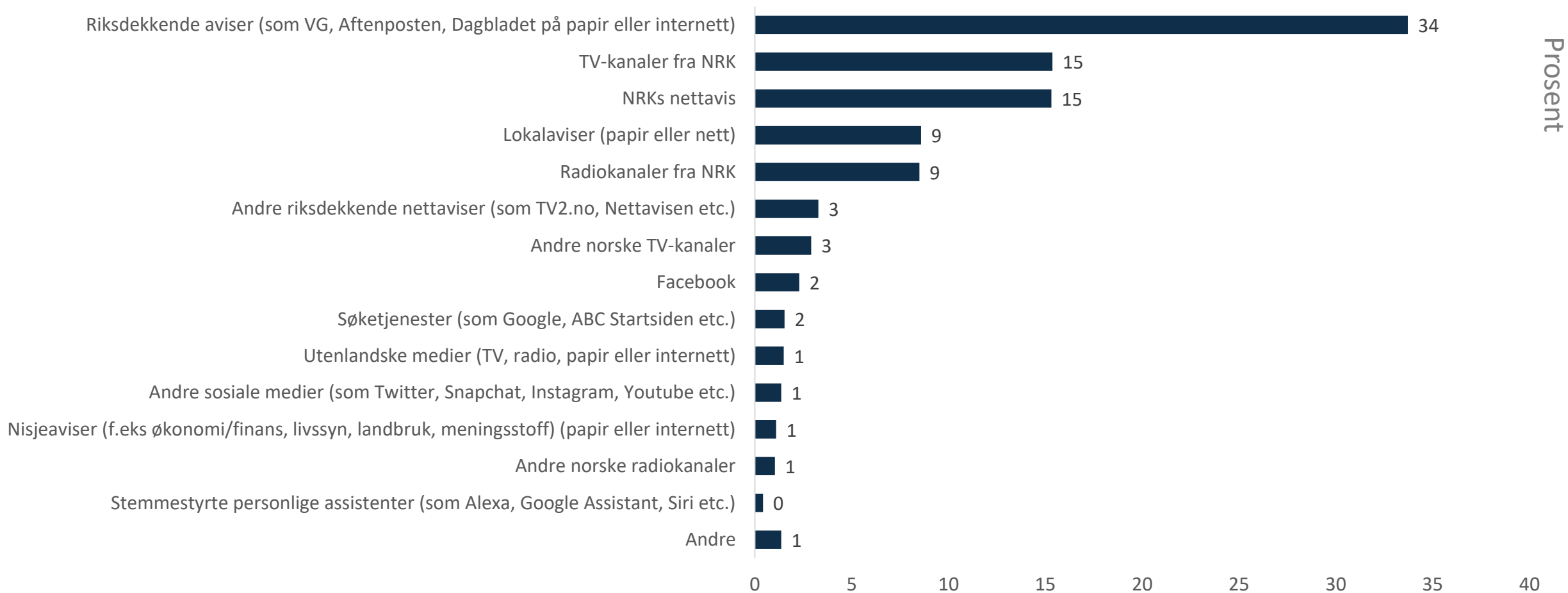
# Utenlandske medier fikk en «boost» under pandemien



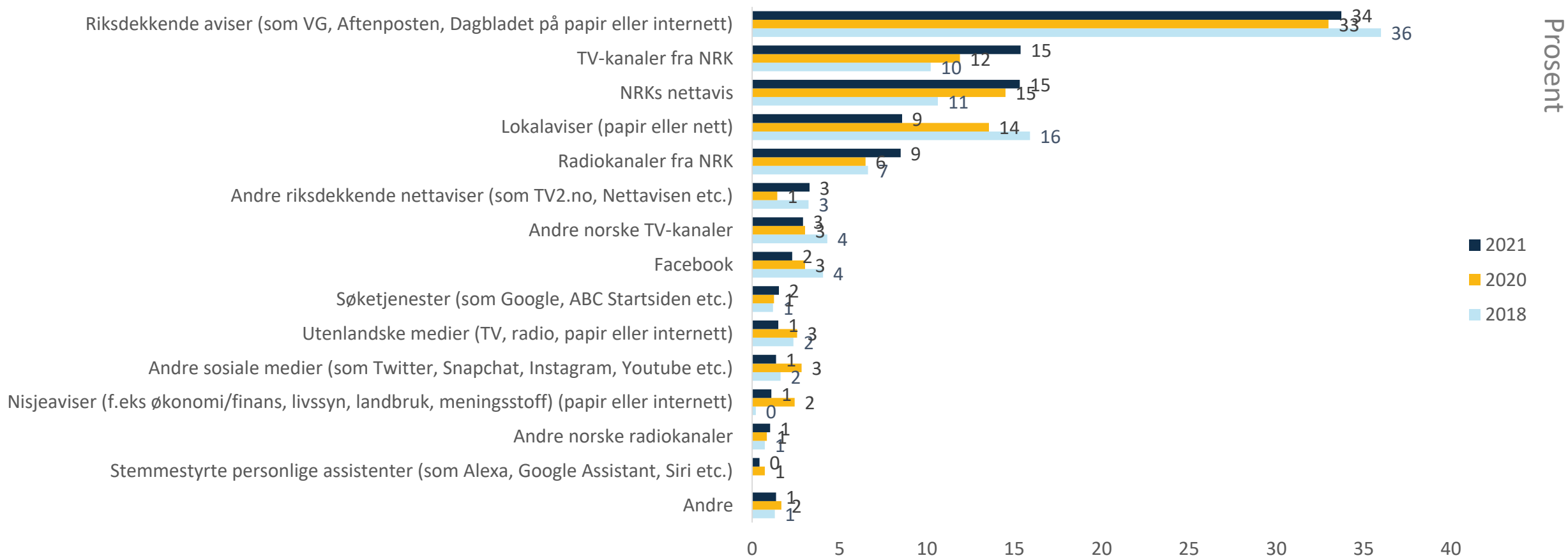
Med den globale pandemien i 2020 så vi en økt interesse for bruk av utenlandske medier, mens bruken i år er tilbake på nivået fra 2018.

Det er flest menn og personer med høyere inntekt som benytter seg av utenlandske medier.

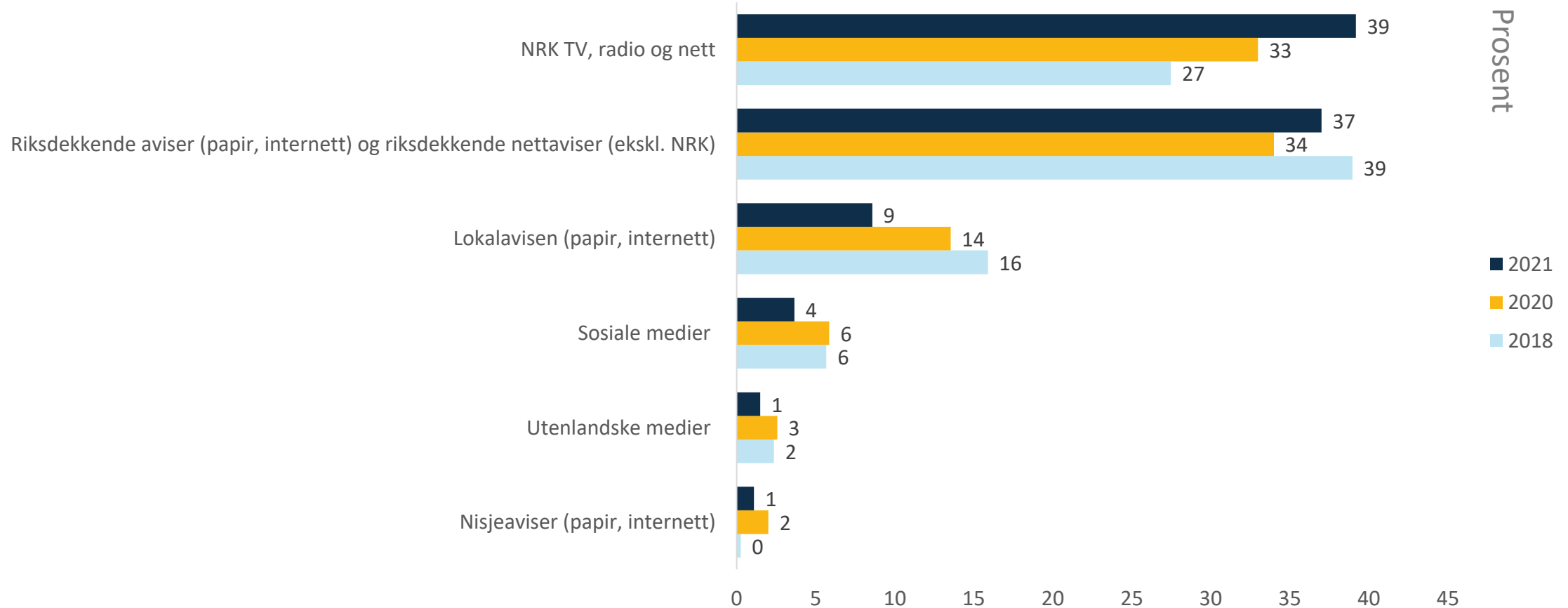
# Riksdekkende aviser er folks viktigste nyhetskilde



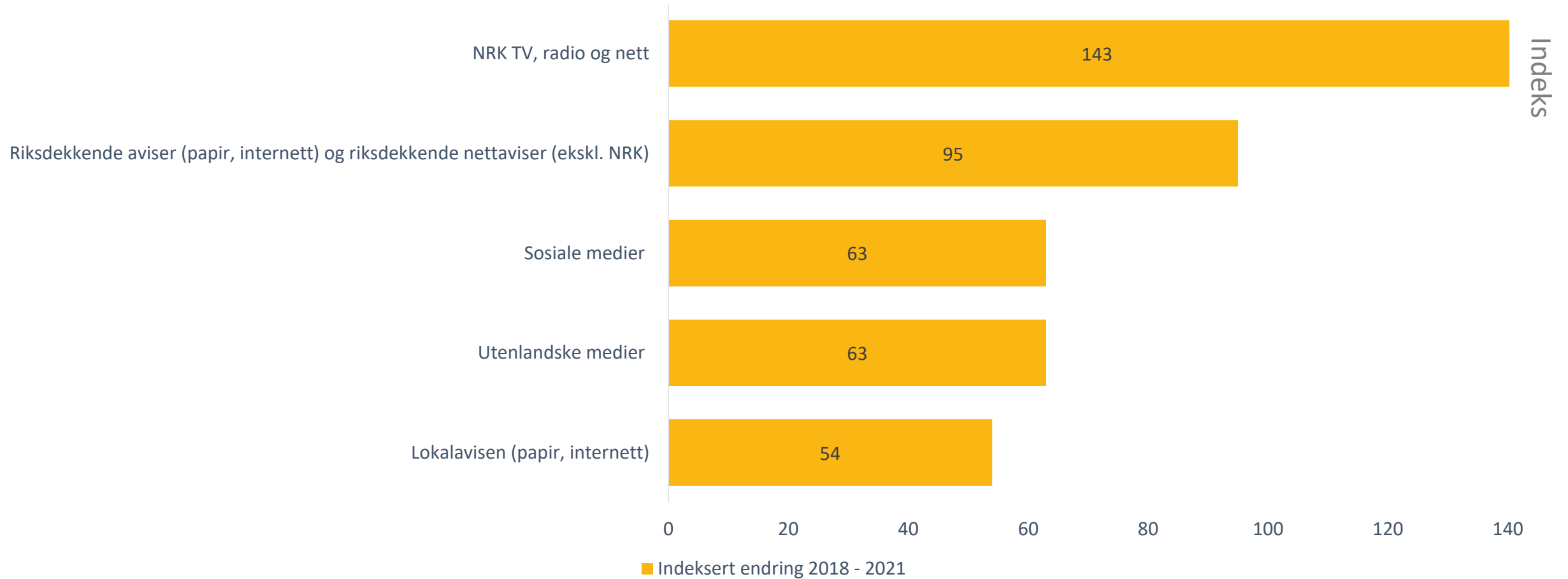
# Viktigste nyhetskilde 2018-2021



# Flest har NRK (på tvers av TV, radio og nett) som viktigste nyhetskilde



# NRK styrker seg som viktigste nyhetskilde







Hvor mange og hvem  
betaler for nyheter?

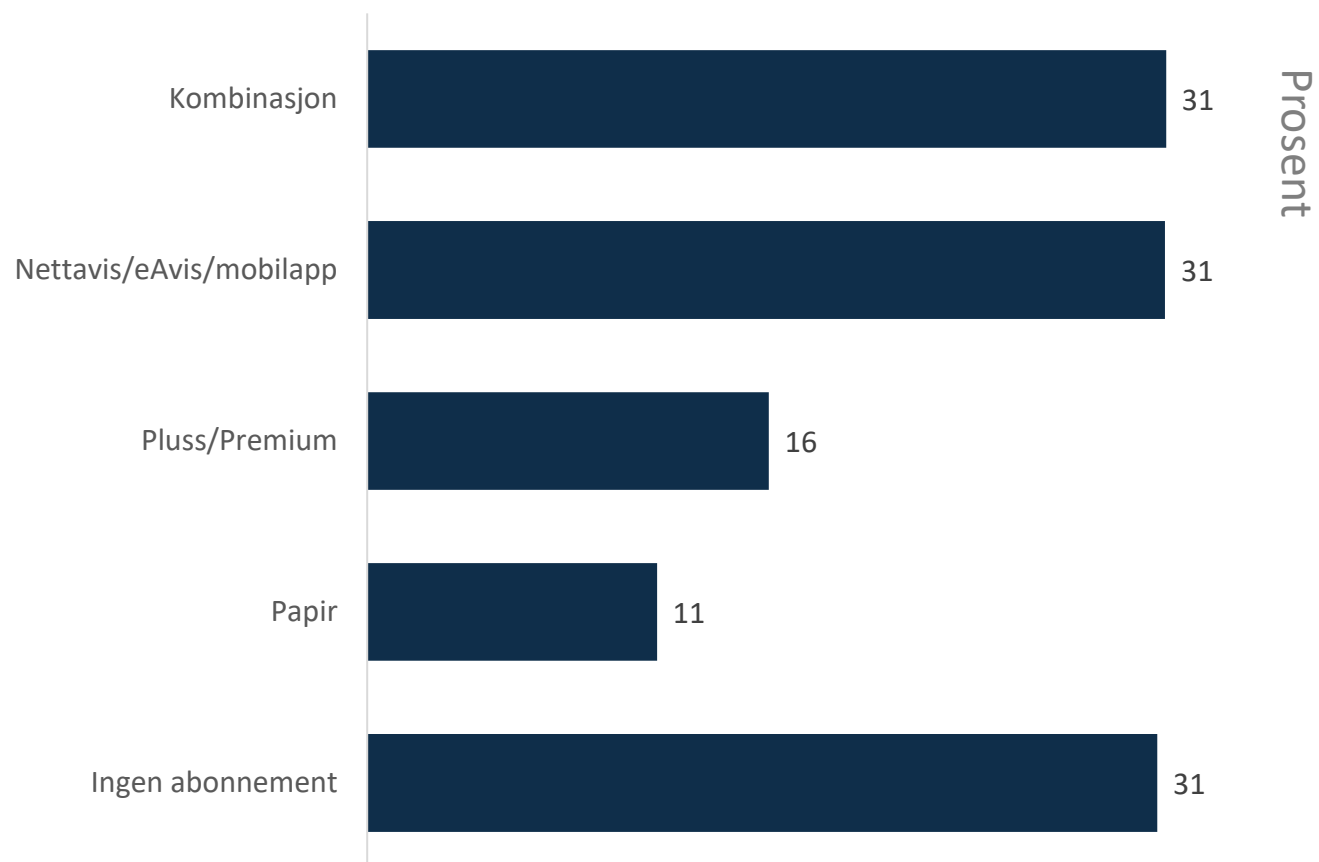
# HVOR MANGE OG HVEM – oppsummering

- Stadig flere har tilgang til betalte nyheter, og andelen som oppgir å ha tilgang til avisabonnement i husstanden har økt fra 63 til 69 prosent fra 2018 til 2021. Ca. 1 av 10 sier at de har tilgang til et papirabonnement, 3 av 10 til kombinasjonsabonnement på tvers av papir og digital, og den største andelen, 4 av 10, har tilgang til heldigitale abonnement i form av nettaviser, eAviser og ulike pluss-abonnement.
- 3 av 10 har ikke tilgang til avisabonnement i husstanden. De under 45 år og med lavere inntekt er overrepresentert blant disse.
- Flest over 60 år har tilgang til avisabonnement, og i denne aldersgruppen har hele 86 prosent tilgang til minst ett abonnement. Deretter følger gruppen 45-59, hvor nærmere 3 av 4 har tilgang til abonnement i husstanden. Sistnevnte står for god vekst det siste året, men veksten er aller størst blant de yngste (under 30 år) hvor 56 prosent, og flere enn i aldersgruppen 30-44 år, nå oppgir å ha tilgang til avisabonnement i husstanden. En årsak til dette kan være at hjemmeboende unge oftere har tilgang til papir- og kombinasjonsabonnement via foreldre, samtidig som de i stadig større grad kjøper sine egne digitale abonnement.
- Det har vært en sterk vekst i tilgang til digitalabonnement i form av nettaviser, eAviser, pluss- og premiumabonnement de siste årene, og stadig flere velger digitalt. De eldste (over 60 år) er overrepresentert blant de som har tilgang til de rene papirabonnementene og kombinasjonsabonnement. I alle andre aldersgrupper oppgir flest å ha tilgang til rene digitalabonnement, og aller høyest er andelen i aldersgruppen 45-59 år, hvor nærmere halvparten (48 %) av de som har abonnement oppgir å ha tilgang til nettavis eller plussabonnement.

# Nær 7 av 10 har tilgang til minst ett avisabonnement



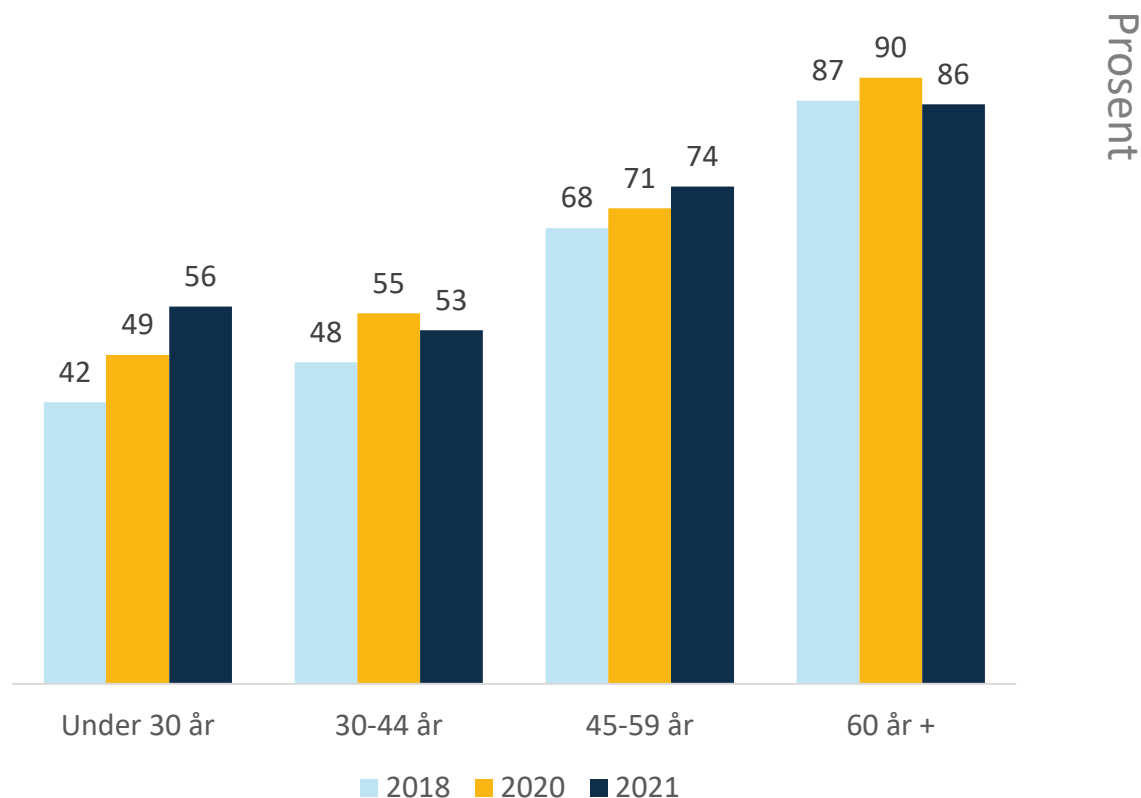
# Flest har tilgang til digitale abonnement



69 prosent av befolkningen over 18 år oppgir nå å ha tilgang til minst en type avisabonnement i husstanden, uavhengig av om tilgangen skjer via papiraviser, nettaviser eller ulike kombinasjoner. Tilsvarende andel var på 63 prosent i 2018, og viser at stadig flere har tilgang til betalte nyheter.

Ca. 1 av 10 sier at de har tilgang til et papirabonnement, 3 av 10 til kombinasjonsabonnement på tvers av papir og digital, og den største andelen, 4 av 10, har tilgang til heldigitale abonnement i form av nettaviser, eAviser og ulike pluss-abonnement.

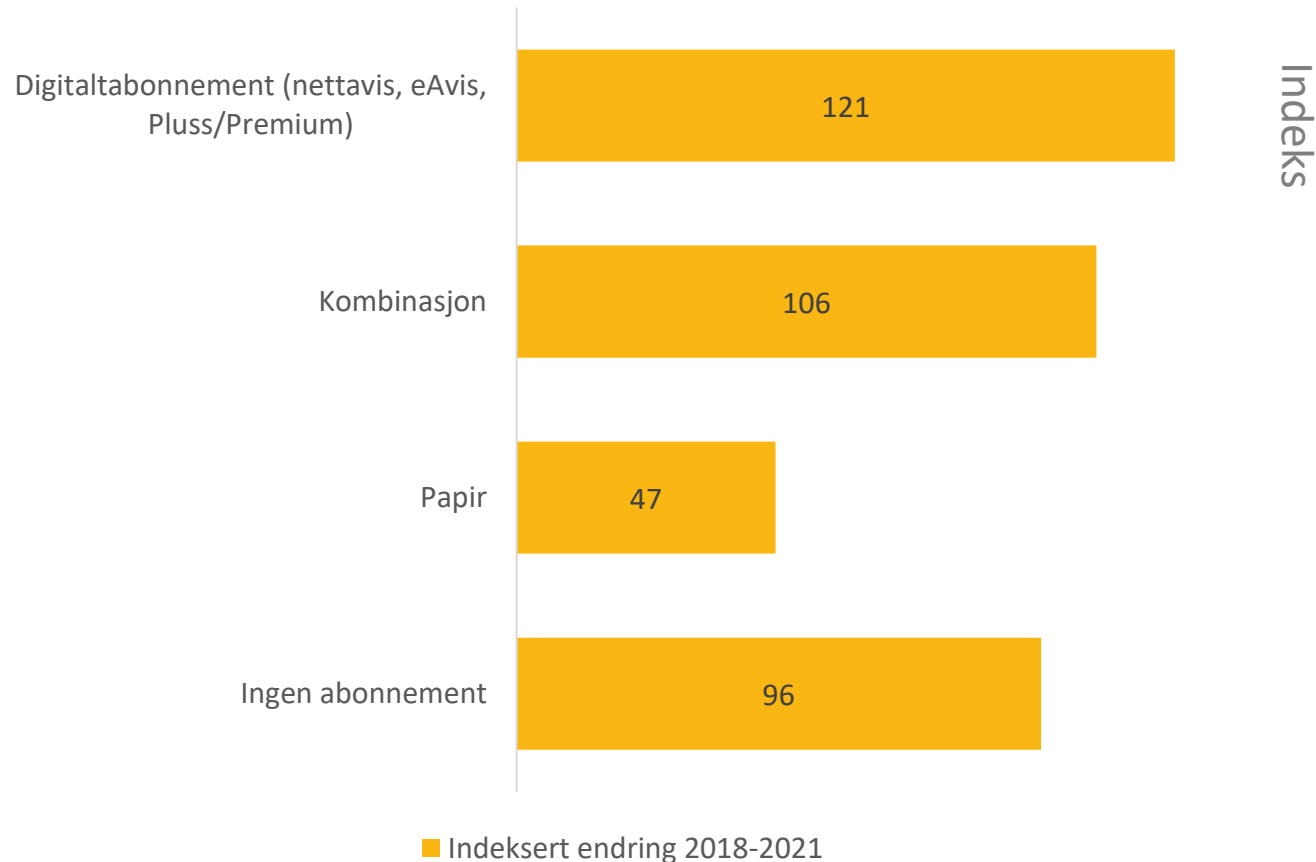
# Stadig flere unge har tilgang til avisabonnement



Flest over 60 år har tilgang til avisabonnement, og i denne aldersgruppen har hele 86 prosent tilgang til minst ett abonnement.

Deretter følger gruppen 45-59, hvor nærmere 3 av 4 har tilgang til abonnement i husstanden. Sistnevnte står for god vekst det siste året, men veksten er aller størst blant de yngste (under 30 år) hvor 56 prosent, og flere enn i aldersgruppen 30-44 år, nå oppgir å ha tilgang til avisabonnement i husstanden. En årsak kan være at hjemmeboende unge oftere har tilgang til papir- og kombinasjonsabonnement via foreldre, samtidig som de i stadig større grad kjøper sine egne digitale abonnement.

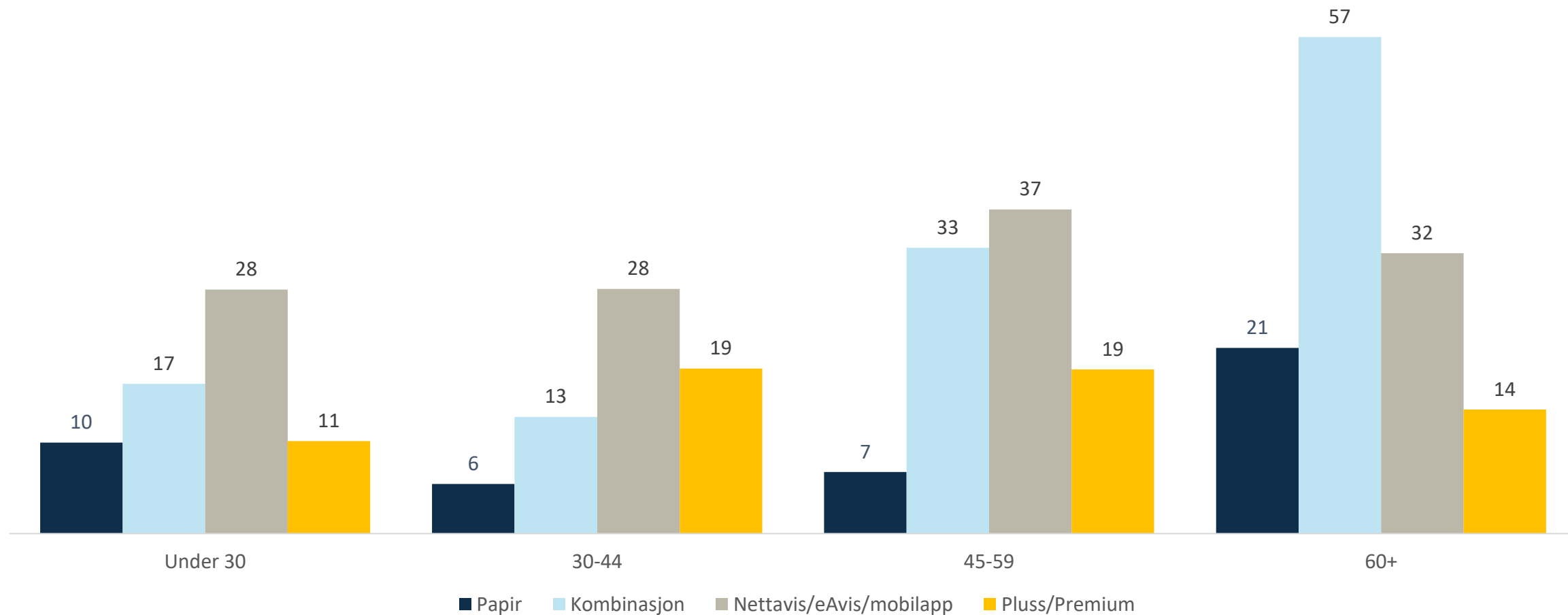
# Sterk vekst i tilgang til digitalabonnement



Det har vært en sterk vekst i tilgang til digitalabonnement i form av nettaviser, eAviser, pluss- og premiumabonnement siden 2018.

De eldste (over 60 år) er overrepresentert blant de som har tilgang til de rene papirabonnementene og kombinasjonsabonnement. I alle andre aldersgrupper oppgir flest å ha tilgang til rene digitalabonnement, og aller høyest er andelen i aldersgruppen 45-59 år, hvor nærmere halvparten (48 %) av de som har abonnement oppgir å ha tilgang til nettavis/plussabonnement.

# Heldigitale tjenester mest populært hos alle under 60 år



Hvilke av følgende abonnement på avis har du eller din husstand?

Base 2021: Alle: 1012

A close-up photograph of a person's hand holding a credit card. The hand is wearing a grey, textured sweater sleeve and a silver ring on the ring finger. The credit card is held in a way that shows the gold chip and some text. In the background, a laptop keyboard is visible, but it is out of focus. The overall lighting is soft and natural.

# Årsaker til å betale / ikke betale



# HVORFOR – oppsummering

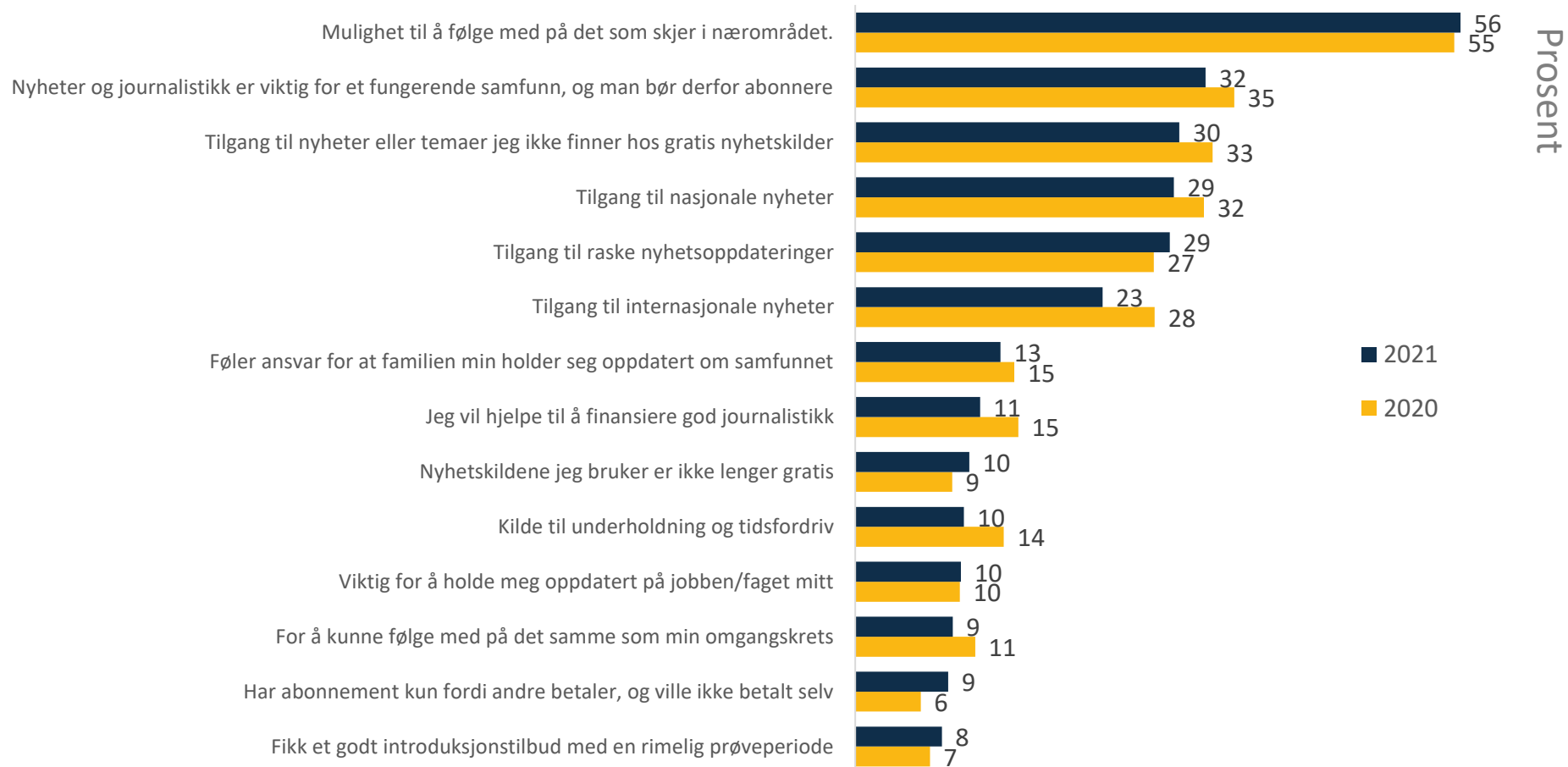
## HVORFOR

- Mulighet for å følge med på det som skjer i nærområdet, er den hyppigst nevnte årsaken til å abonnere. 56 prosent av abonnentene oppgir dette som årsak, omtrent like mange som for ett år siden.
- Ca. 1 av 3 abonnerer fordi de mener at nyheter er viktig for et fungerende samfunn, og 3 av 10 sier de abonnerer fordi de får tilgang til nyheter eller temaer de ikke finner hos gratis nyhetskilder. Tilgang til nasjonale nyheter oppgis som årsak av omtrent like mange. Samtidig ser det ut til at raske nyhetsoppdateringer blir stadig viktigere, og andelen som oppgir dette har økt fra 21 til 29 prosent fra 2018 til 2021.

## HVORFOR IKKE

- Nærmere halvparten av de som ikke har abonnement i dag, oppgir gratis tilgang til nyheter som årsak til ikke å abonnere. Dette er færre enn i 2020, da 6 av 10 oppgav dette som årsak, og mer på linje med nivået fra 2018.
- 3 av 10 synes ikke det avisene tilbyr gir nok verdi for pengene. Nesten like mange, og først og fremst personer over 45 år, får nok nyheter fra radio eller TV. Kun 6 prosent er ikke opptatt av det avisene skriver om. Menn er overrepresentert blant de som oppgir dette, og også blant de som ikke synes avisene gir nok verdi for pengene.
- Ca. 1 av 10 får dekket nyhetsbehovet via sosiale medier, og nesten dobbelt så mange blant de under 30 oppgir dette som årsak.
- Nasjonale nettaviser og NRK.no er de viktigste gratis nyhetskildene på nett for de som ikke har avisabonnement i husstanden.

# Viktigste grunner til å abonnere på aviser

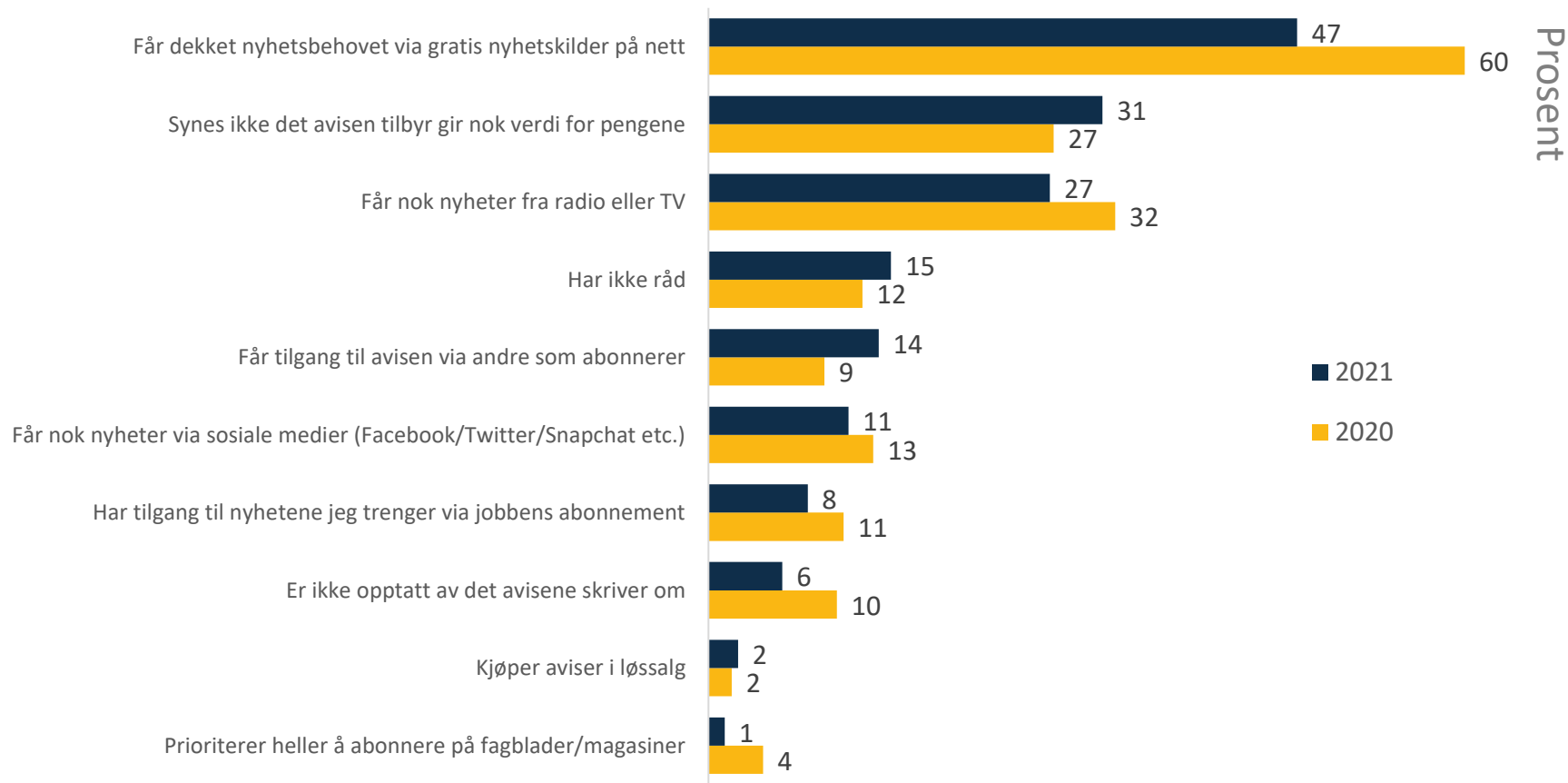


Mulighet for å følge med på det som skjer i nærområdet er den hyppigst nevnte årsaken til å abonnere. Omtrent like mange svarer dette som for ett år siden.

Ca. 1 av 3 abonnerer fordi de mener at nyheter er viktig for et fungerende samfunn. 3 av 10 sier de abonnerer fordi de får tilgang til nyheter eller temaer de ikke finner hos gratis nyhetskilder. Tilgang til nasjonale nyheter oppgis av omtrent like mange.

Raske nyhetsoppdateringer blir stadig viktigere, og andelen som oppgir dette, har økt fra 21 til 29 prosent fra 2018 til 2021

# Årsaker til ikke å abonnere på aviser



Nærmere halvparten av de som ikke har abonnement i dag, oppgir gratis tilgang til nyheter som årsak til ikke å abonnere. Dette er færre enn i 2020, da 6 av 10 oppgav dette som årsak, og mer på linje med nivået fra 2018.

3 av 10 synes ikke det avisene tilbyr gir nok verdi for pengene. Nesten like mange, og først og fremst personer over 45 år, får nok nyheter fra radio eller TV.

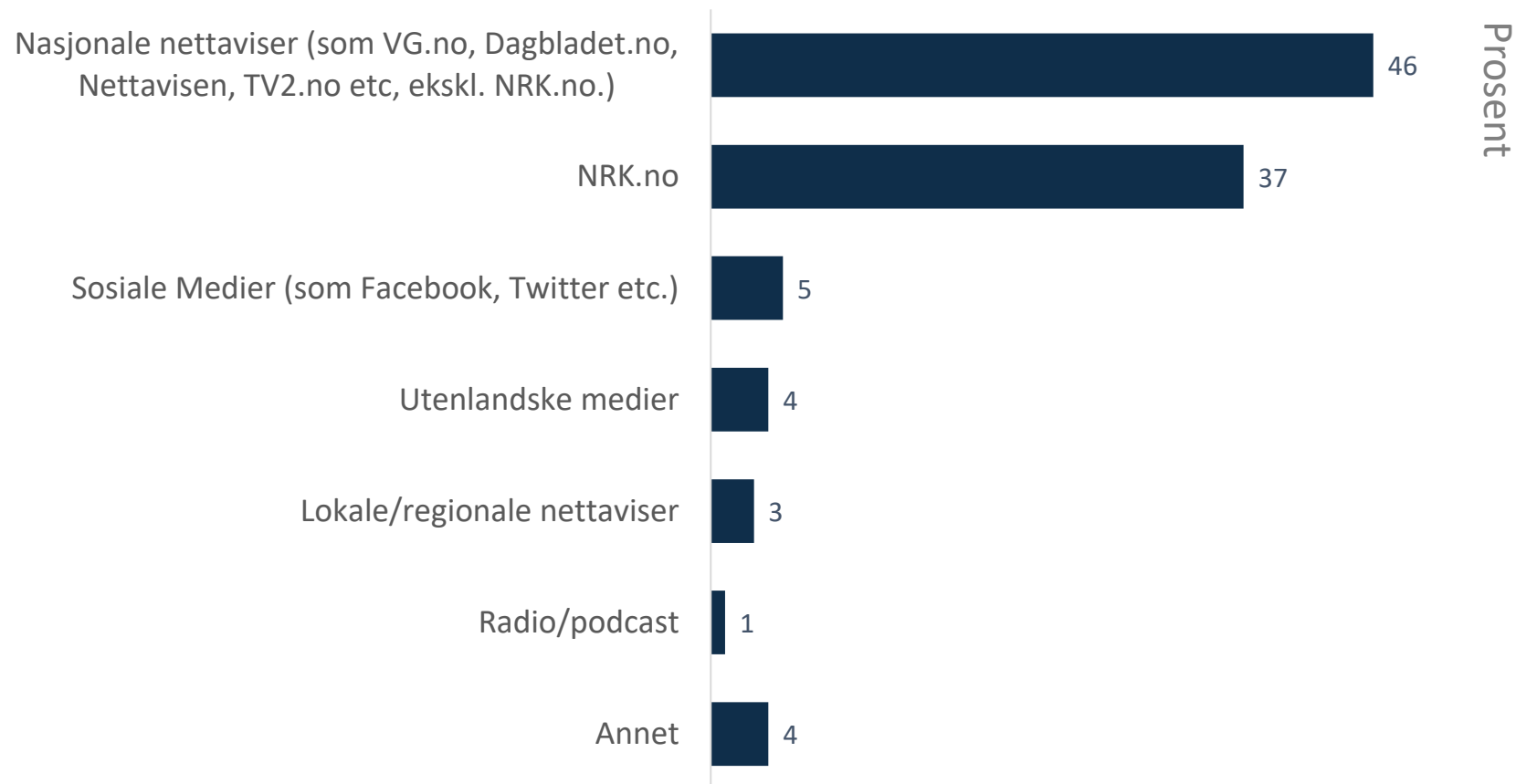
Kun 6 prosent er ikke opptatt av det avisene skriver om. Menn er overrepresentert blant de som oppgir dette, og også blant de som ikke synes avisene gir nok verdi for pengene.

Ca. 1 av 10 får dekket nyhetsbehovet via sosiale medier, og nesten dobbelt så mange blant de under 30 oppgir dette som årsak.

Hva er de viktigste grunnene til at du eller din husstand ikke abonnerer på avis og/eller nettavis?

Base 2021: Har ikke abonnement på avis i husstanden: 314

# Viktigste gratis nyhetskilde på nett



47 prosent av de som ikke har abonnement i husstanden, oppgir at de får dekket nyhetsbehovet via gratis nyhetskilder på nett.

Nasjonale nettaviser og NRK.no er de viktigste gratis nyhetskildene på nett for denne gruppen.

Svært få oppgir at lokale og regionale nettaviser er den viktigste kilden til gratis nyhetsinnhold, og kun en mindre andel trekker frem sosiale medier eller utenlandske medier.

Du svarte at du får dekket nyhetsbehovet av gratis kilder på nett. Hva er din viktigste gratis nyhetskilde på nett?

Base 2021: Har ikke abonnement på avis i husstanden og får dekket nyhetsbehovet av gratis kilder på nett: 147

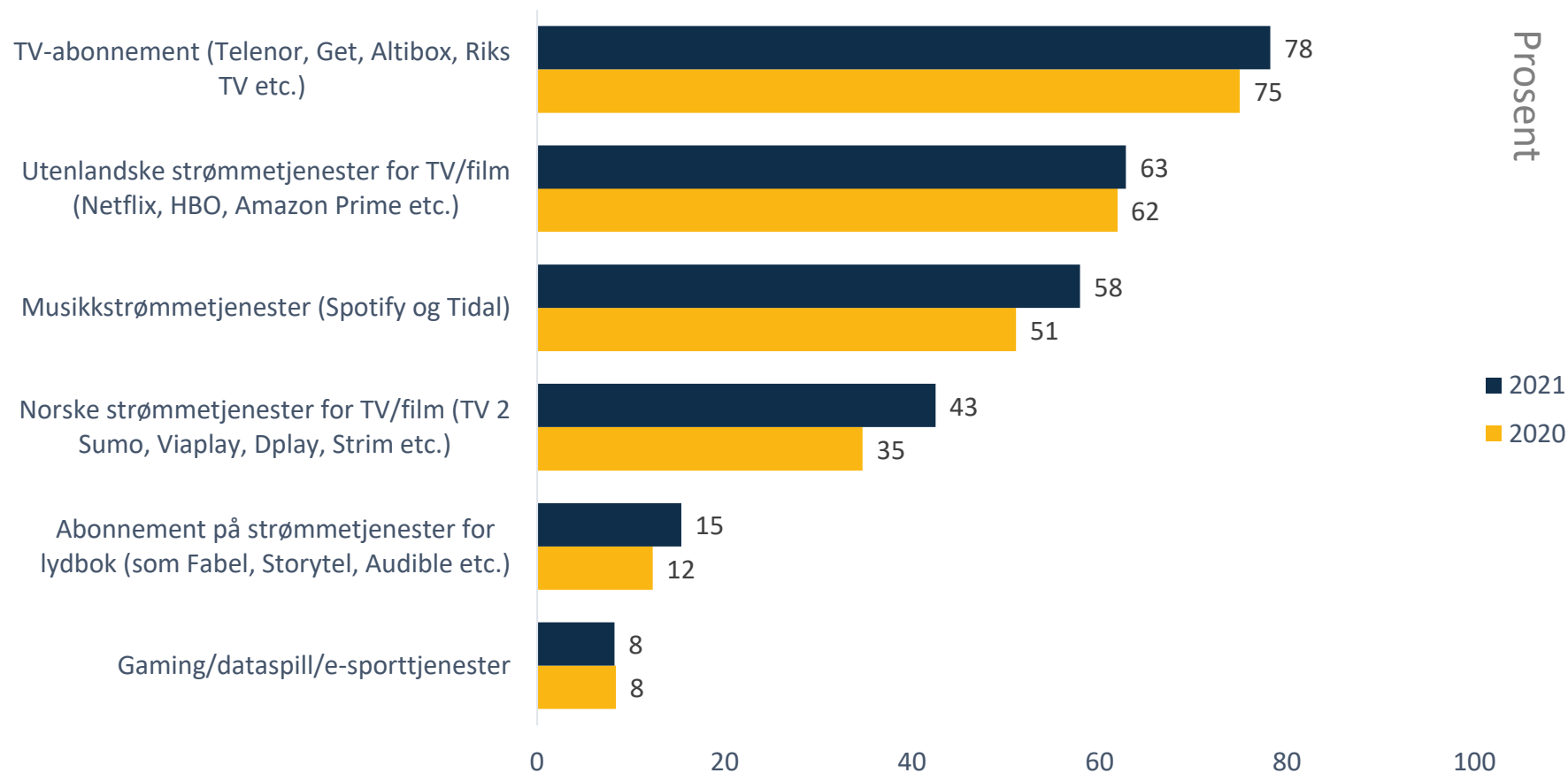


# Avisabonnement og andre typer medieabonnement

# Avisabonnement og andre typer medieabonnement – oppsummering

- Stadig flere mediekanaler og abonnementsløsninger kjemper om folks oppmerksomhet, og ikke minst lommebok. «Betaling for nyheter» ser derfor også på det større mediebildet, hvor blant annet TV-abonnement og ulike strømmetjenester er en viktig del av nordmenns mediehverdag.
- 69 prosent har tilgang til minst ett avisabonnement og 19 prosent til magasiner i husstanden, mens 71 prosent har tilgang til minst én strømmetjeneste for TV og film.
- Stadig flere oppgir at de har ett eller flere abonnement på TV- og strømmetjenester. Flest har tilgang til utenlandske strømmetjenester, men de norske strømmetjenestene styrker seg i forhold til de utenlandske, og 43 prosent har nå tilgang til minst én norsk strømmetjeneste for TV og film, mens 63 prosent har tilgang til utenlandske tjenester. Lydbøker øker i popularitet, og det er også en sterk tilvekst til strømmetjenester for musikk.
- Personer under 45 år er overrepresentert blant de som har tilgang til strømmetjenester, mens færre av de yngre har TV-abonnement. Hele 87 prosent i denne gruppen har tilgang til strømmetjenester for TV og film, mens 76 prosent har tilgang til musikkstrømmetjenester.
- Om vi ber brukerne velge kun ett abonnement, uavhengig av om de har abonnement fra før og hva slags type abonnement de har, vil flest velge TV-abonnement (33 %) og strømmetjenester for TV og film (32 %).
- Selv om minst like mange har tilgang til TV-abonnement i 2021 som året før, vil færre prioritere disse. Strømmetjenester for TV og film (norske og utenlandske) har totalt sett en stabil utvikling. Nær 1 av 3 ville nå valgt et strømmeabonnement, mens kun 13 prosent ville valgt et avisabonnement på papir eller digitalt, og nesten like mange ville valgt en musikkstrømmetjeneste. Avstanden mellom strømmetjenestene og avisene ser ut til å ha blitt noe større det siste året.
- Tjenestene som opplever størst vekst det siste året, som musikkstrømmetjenester og norske strømmetjenester for TV og film, er også tjenester som brukerne i større grad sier at de vil prioritere.

# Sterk vekst for norske strømmetjenester

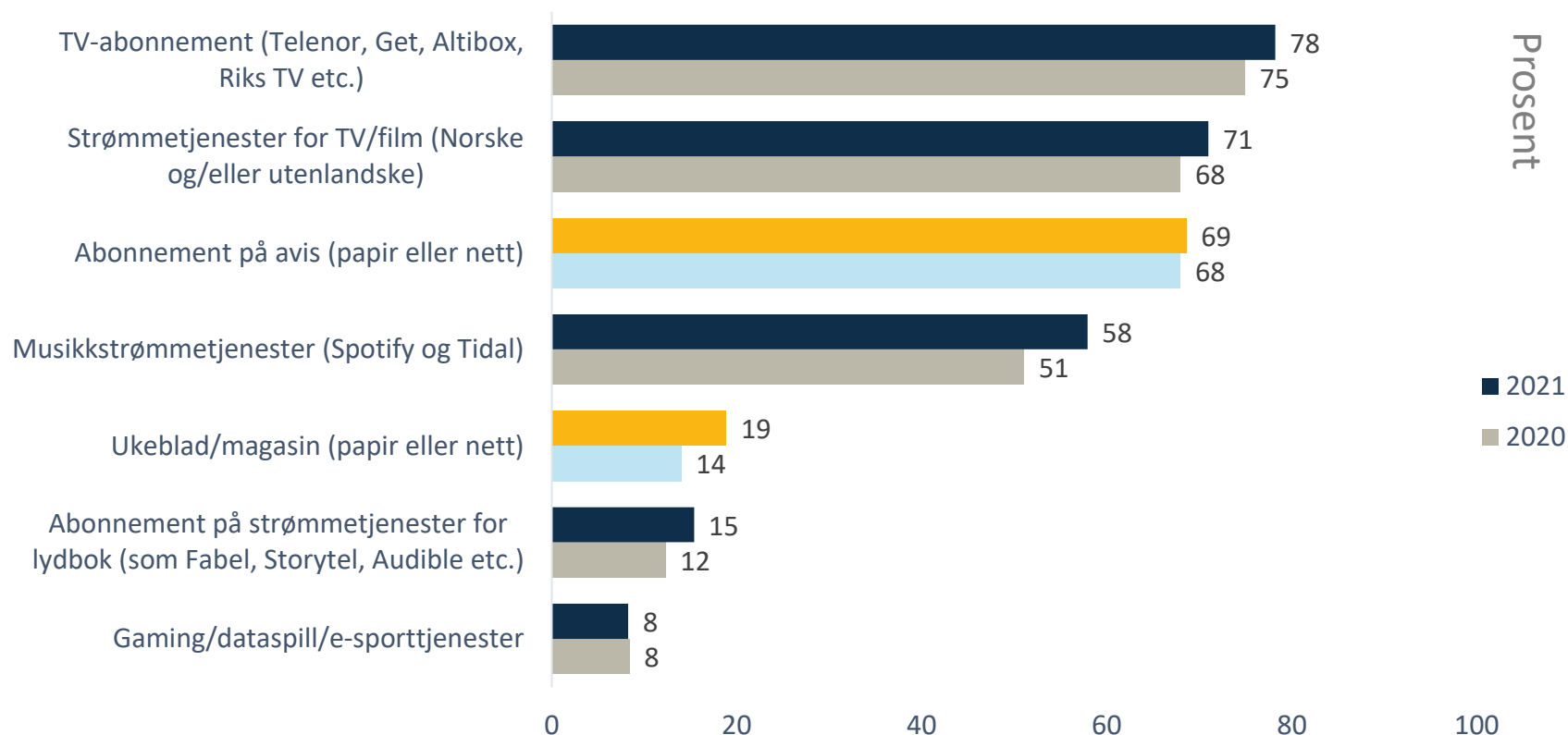


Stadig flere oppgir at de har ett eller flere abonnement på TV- og strømmetjenester.

Flest har tilgang til utenlandske strømmetjenester, men de norske strømmetjenestene styrker seg i forhold til de utenlandske, og 43 prosent har nå tilgang til minst én norsk strømmetjeneste for TV og film.

Det er en sterk tilvekst til strømmetjenester for musikk, og lydbøker øker også i popularitet.

# Flest har tilgang til TV-abonnement og strømmetjenester for TV og film



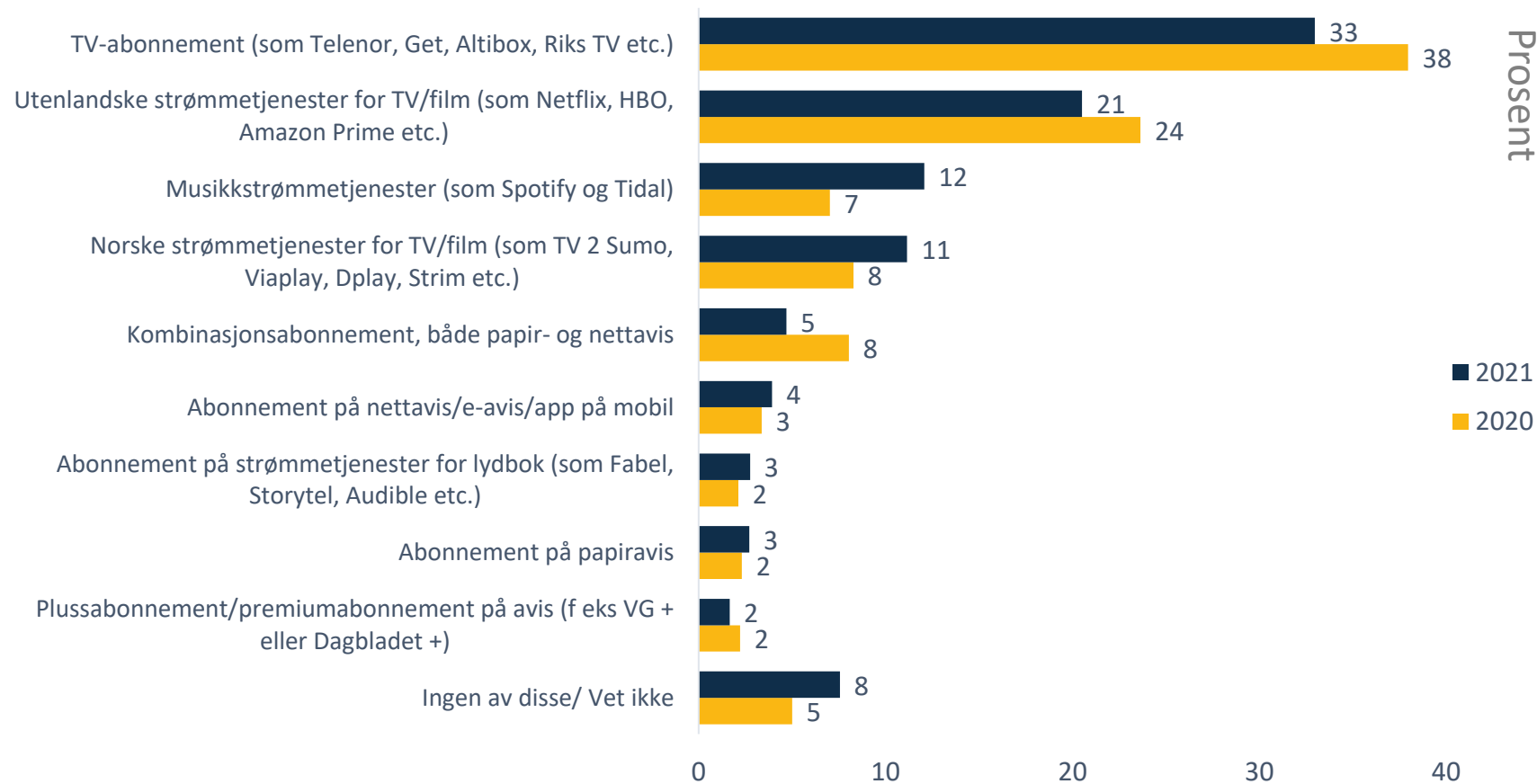
I 2020 var det like mange som svarte at de hadde tilgang til avisabonnement som til strømmetjenester for TV og film.

Det er 69 prosent som nå har tilgang til minst ett avisabonnement, mens 71 prosent har tilgang til minst én strømmetjeneste for TV og film. Flere oppgir også å ha tilgang til ukeblader og magasiner i husstanden.

Personer under 45 år er overrepresentert blant de som har tilgang til strømmetjenester, mens færre av de yngste har TV-abonnement. Hele 87 prosent i denne gruppen har tilgang til strømmetjenester for TV og film, mens 76 prosent har tilgang til musikkstrømmetjenester.



# Flere vil velge musikkstrømmetjenester og norske strømmetjenester for TV og film



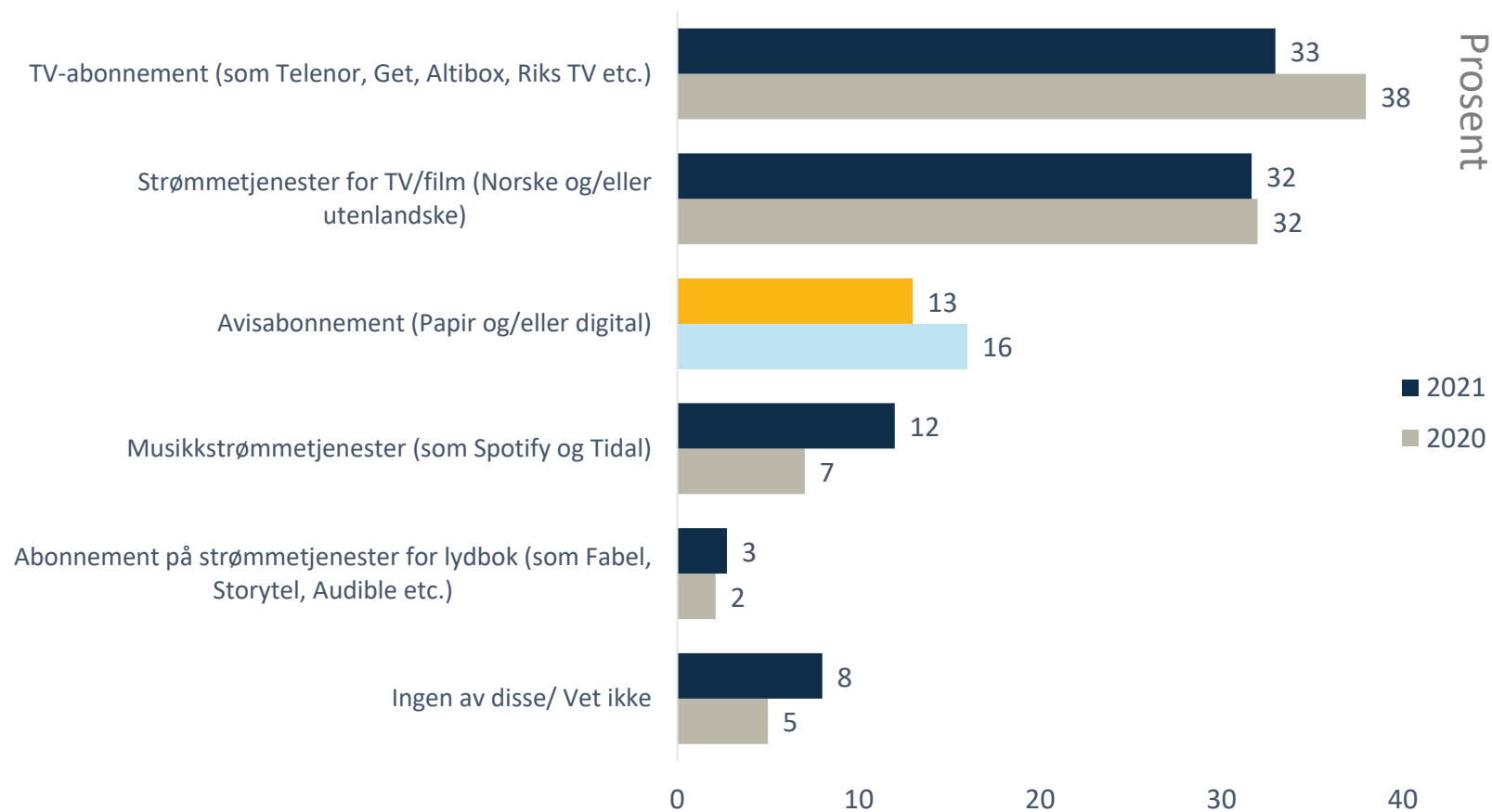
Om vi ber brukerne velge, uavhengig av om de har abonnement fra før og hva slags type abonnement de har, vil flest velge TV-abonnement og strømmetjenester.

Tjenestene som opplever størst vekst det siste året, som musikkstrømmetjenester og norske strømmetjenester for TV og film, er også tjenester som brukerne i større grad sier at de vil prioritere.

Uavhengig om du har abonnement eller ikke: Hvis du bare kunne velge ett abonnement i løpet av det kommende året, hvilket av de følgende ville du valgt?

Base 2021: Alle: 1012

# Strømmetjenester for TV og film prioriteres foran abonnement på aviser



Selv om minst like mange har tilgang til TV-abonnement i 2021 som året før, vil færre prioritere disse. Strømmetjenester for TV og film (norske og utenlandske) har totalt sett en stabil utvikling.

Nær 1 av 3 ville nå valgt et strømmeabonnement, mens kun 13 prosent ville valgt et avisabonnement på papir eller digitalt og nesten like mange ville valgt en musikkstrømmetjeneste. Avstanden mellom strømme-tjenestene og avisene ser dermed ut til å bli noe større det siste året.

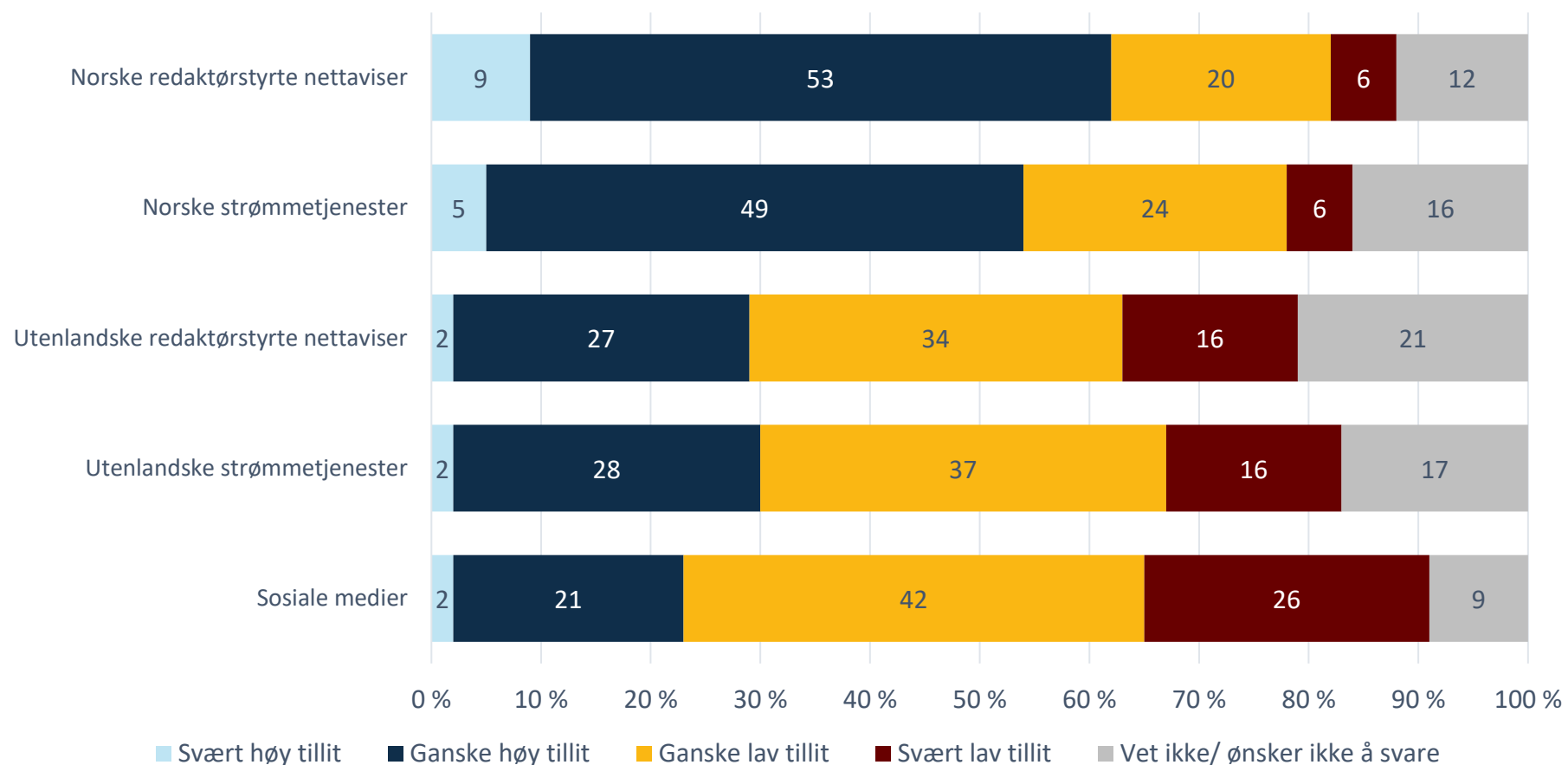
Uavhengig om du har abonnement eller ikke: Hvis du bare kunne velge ett abonnement i løpet av det kommende året, hvilket av de følgende ville du valgt?

Base 2021: Alle: 1012

A woman with long dark hair, wearing a light blue button-down shirt and a black backpack, is looking at her smartphone. The image is overlaid with a network of white lines and nodes, suggesting data collection or connectivity. The background is blurred, showing other people in a public space.

# Innsamling av personlige opplysninger

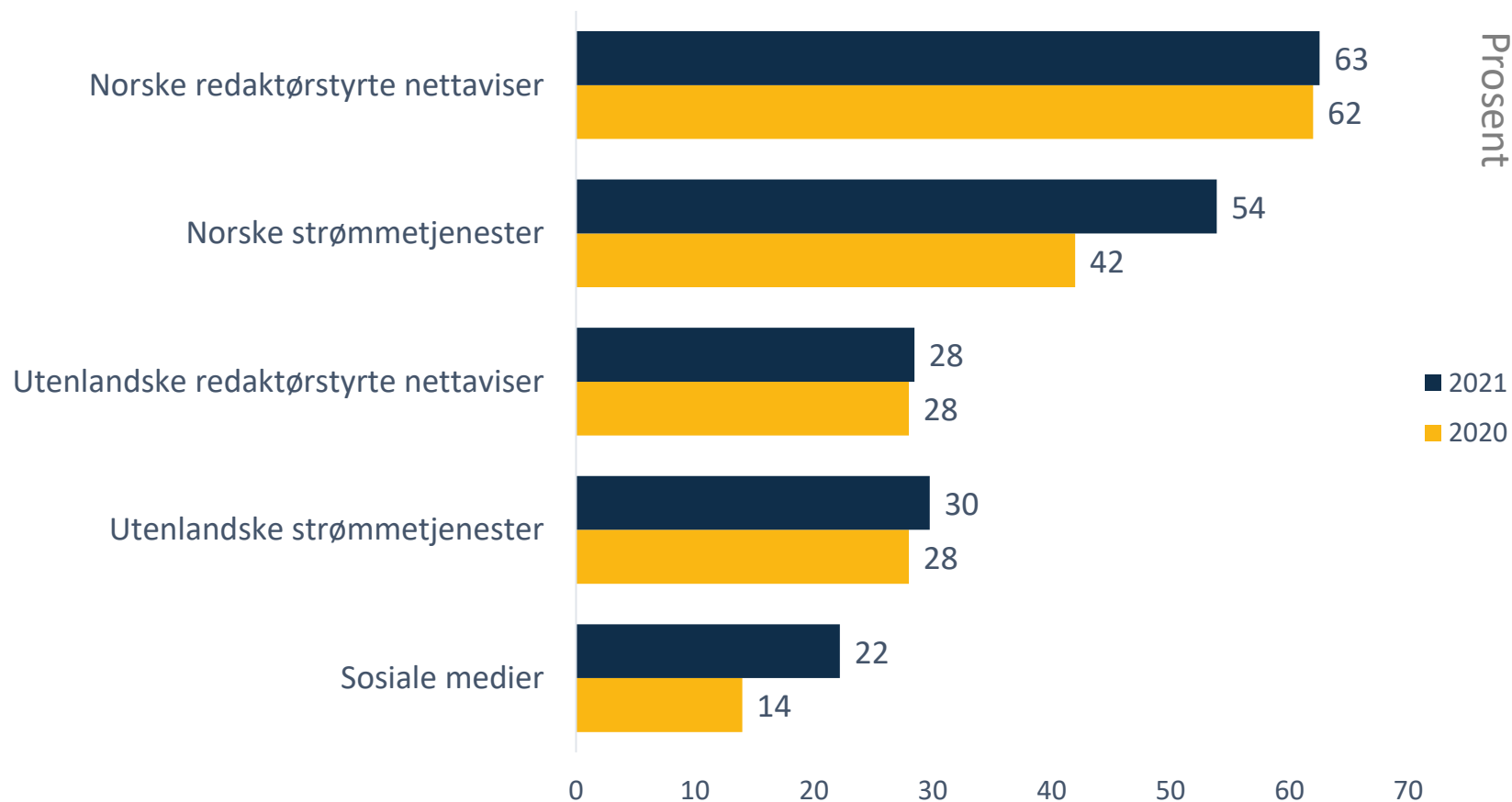
# Størst tillit til norske nettaviser



Nordmenn har høy og stabil tillit til at personopplysninger ikke blir misbrukt av norske nettaviser, og over 6 av 10 sier at de har svært eller ganske høy tillit.

Det er fortsatt lavest tillit til sosiale medier, hvor 68 prosent svarer at de har ganske eller svært lav tillit. 1 av 3 under 30 år sier at de har svært eller ganske høy tillit til at personopplysninger ikke blir misbrukt av sosiale medier, mens kun 22 prosent av den totale befolkningen svarer dette.

# Økt tillit til norske strømmetjenester



Tilliten til norske strømmetjenester øker i takt med økt bruk, og 54 prosent svarer i år at de har tillit til norske strømmetjenester på dette området.

Tilliten til norske redaktørstyrte nettaviser er stabil og høy uavhengig av kjønn og alder. Tilliten til alle aktører er høyest blant de under 30. De eldste (60 år +) er skeptiske både til utenlandske nettaviser og ulike strømmetjenester, og tilliten er her markant lavere.

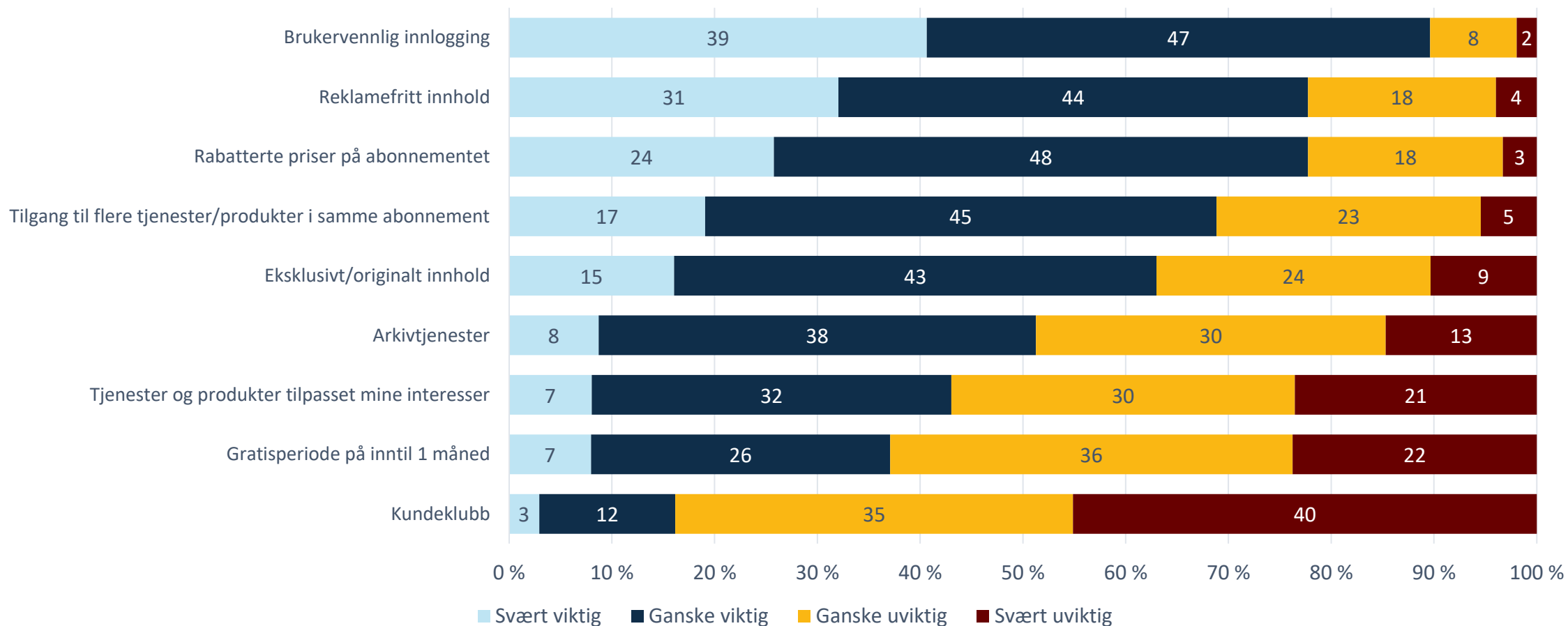


Holdninger til nyheter  
og  
abonnements tjenester

# Holdninger til nyheter og abonnementstjenester – oppsummering

- Brukervennlig innlogging anses som den viktigste tjenesten i et avisabonnement, og 9 av 10 mener at dette er svært eller ganske viktig. Det anses som den viktigste tjenesten i et avisabonnement, uavhengig av kjønn og alder, etterfulgt av reklamefritt innhold og rabatterte priser.
- Eksklusivt og originalt innhold er viktigst for de yngre aldersgruppene (18-44 år), hvor over 7 av 10 svarer at dette er viktig, og 1 av 4 mener dette er svært viktig. Flest kvinner og personer under 30 mener at gratisperioder er viktig, mens kundeklubber anses som mindre viktig av de fleste. Personer under 30 er likevel mer opptatt av å få tjenester og produkter tilpasset sine interesser, mens dette ser ut til å være mindre viktig blant de eldste.
- Tilgang til flere tjenester og produkter i samme abonnement og reklamefritt innhold øker mest i ansett viktighet det siste året.
- Det er interesse for å benytte samme login (brukernavn og passord) på tvers av flere abonnement og å få tilgang til flere medier innenfor ett og samme abonnement blant de som allerede har abonnement i den norske befolkningen. 2 av 3 er interessert i å bruke samme login, mens nærmere 7 av 10 er interessert i å få tilgang til flere medier innenfor ett og samme abonnement. Færre er interessert i å kjøpe enkeltartikler for en lav pris.

# Viktighet av ulike tjenester i et avisabonnement

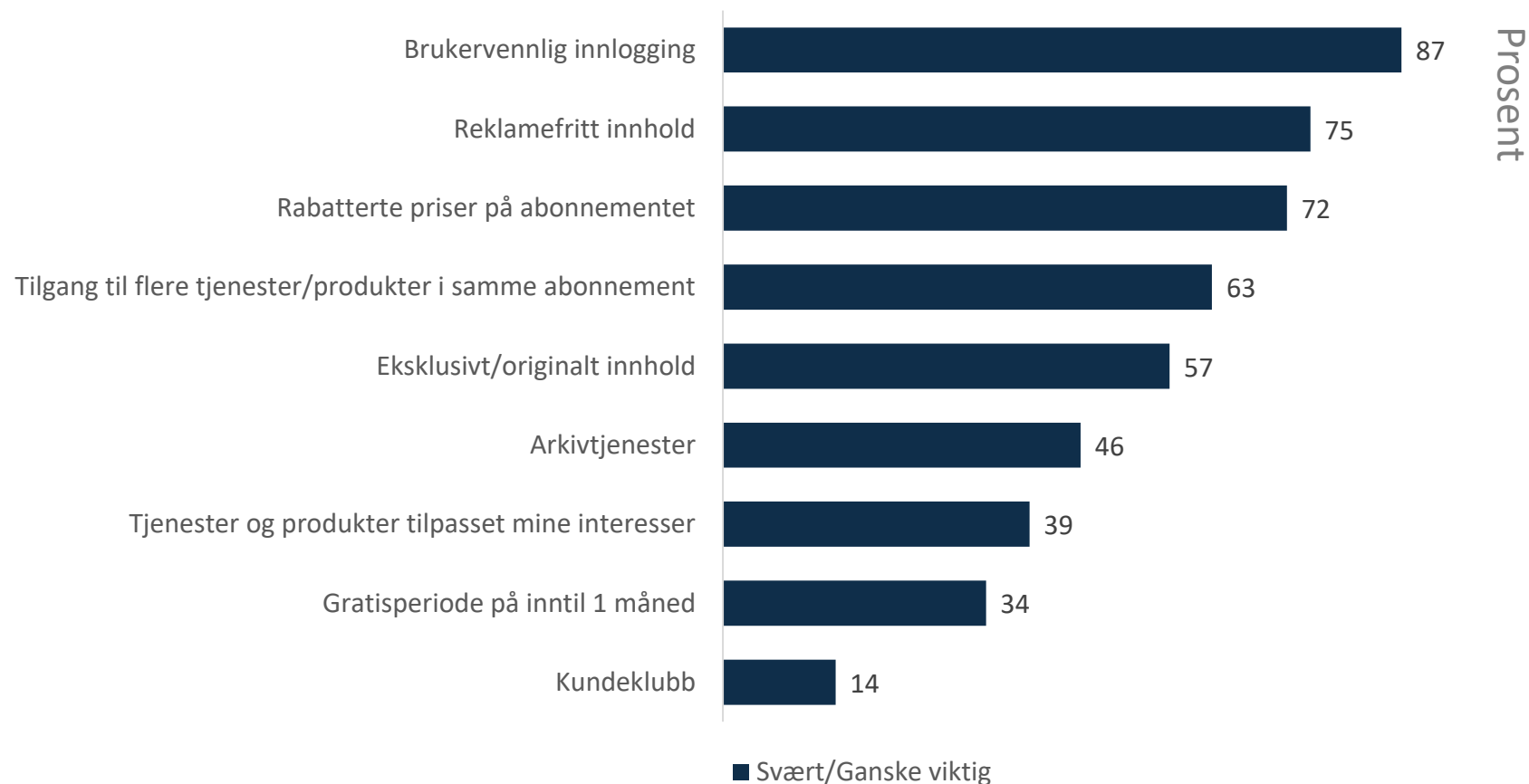


Hvor viktig eller uviktig er følgende tilbud/tjenester for deg i et avisabonnement?

Base 2021: Har abonnement på avis i husstanden: 695



# Nær 9 av 10 mener brukervennlig innlogging er viktig

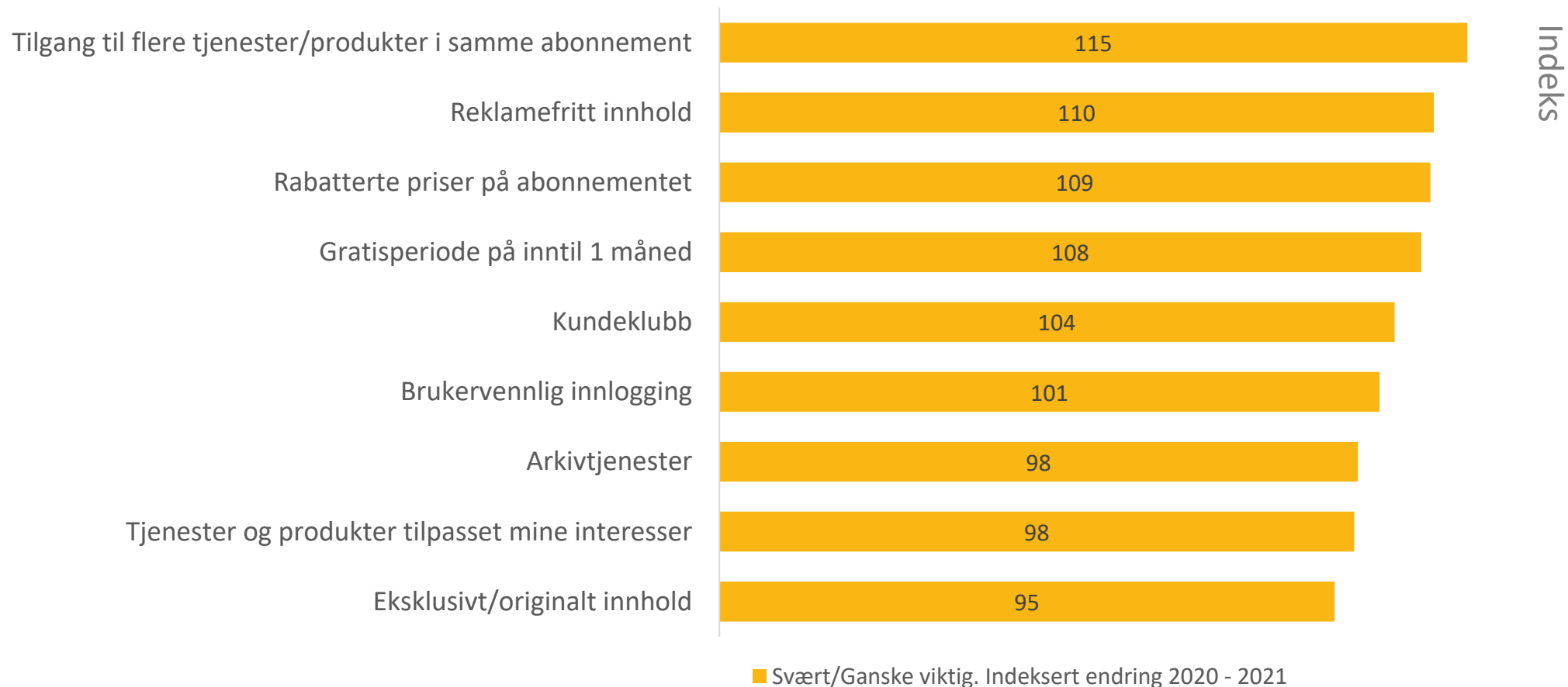


Brukervennlig innlogging anses som den viktigste tjenesten i et avisabonnement, uavhengig av kjønn og alder, etterfulgt av reklamefritt innhold og rabatterte priser.

Eksklusivt og originalt innhold er viktigst for de yngre aldersgruppene (18-44 år), hvor over 7 av 10 svarer at dette er viktig og 1 av 4 mener dette er svært viktig.

Flest kvinner og personer under 30 mener at gratisperioder er viktig, mens kundeklubber anses som mindre viktig av de fleste. Personer under 30 er likevel mer opptatt av å få tjenester og produkter tilpasset sine interesser, mens dette ser ut til å være mindre viktig blant de eldste.

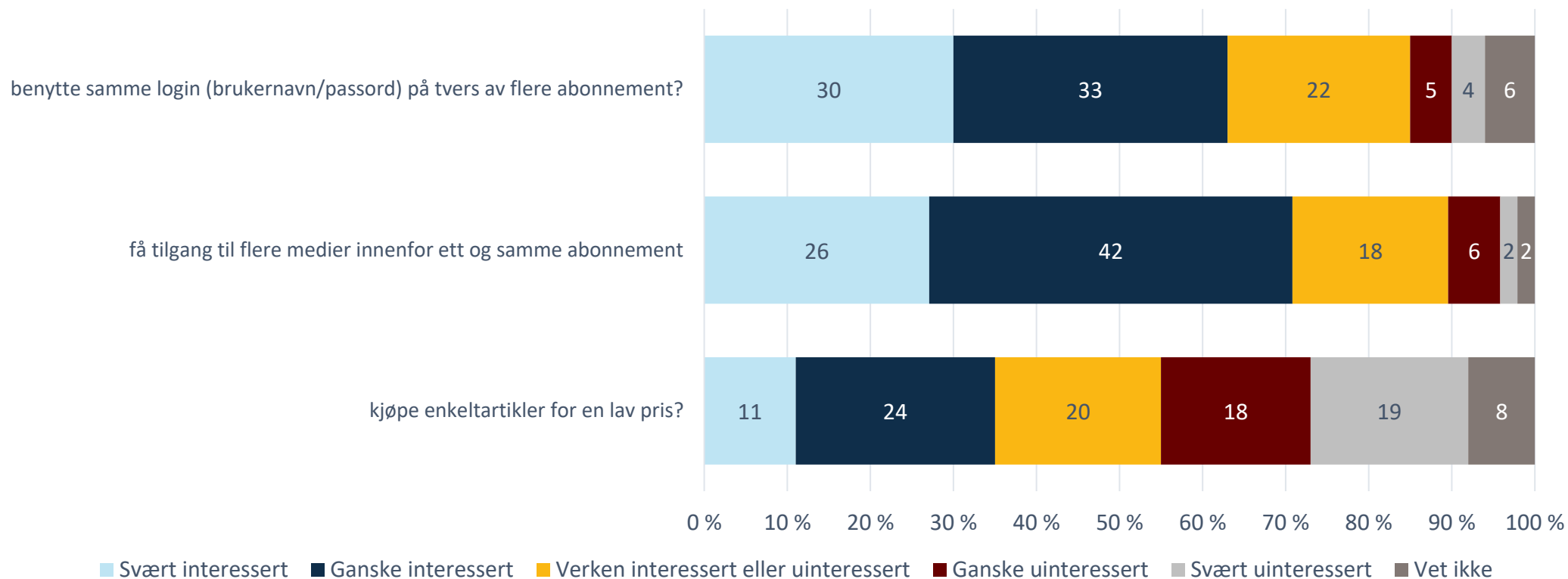
# Tilgang til flere tjenester og rabatterte priser øker mest i ansett viktighet



Hvor viktig eller uviktig er følgende tilbud/tjenester for deg i et avisabonnement?

Base 2021: Har abonnement på avis i husstanden: 695

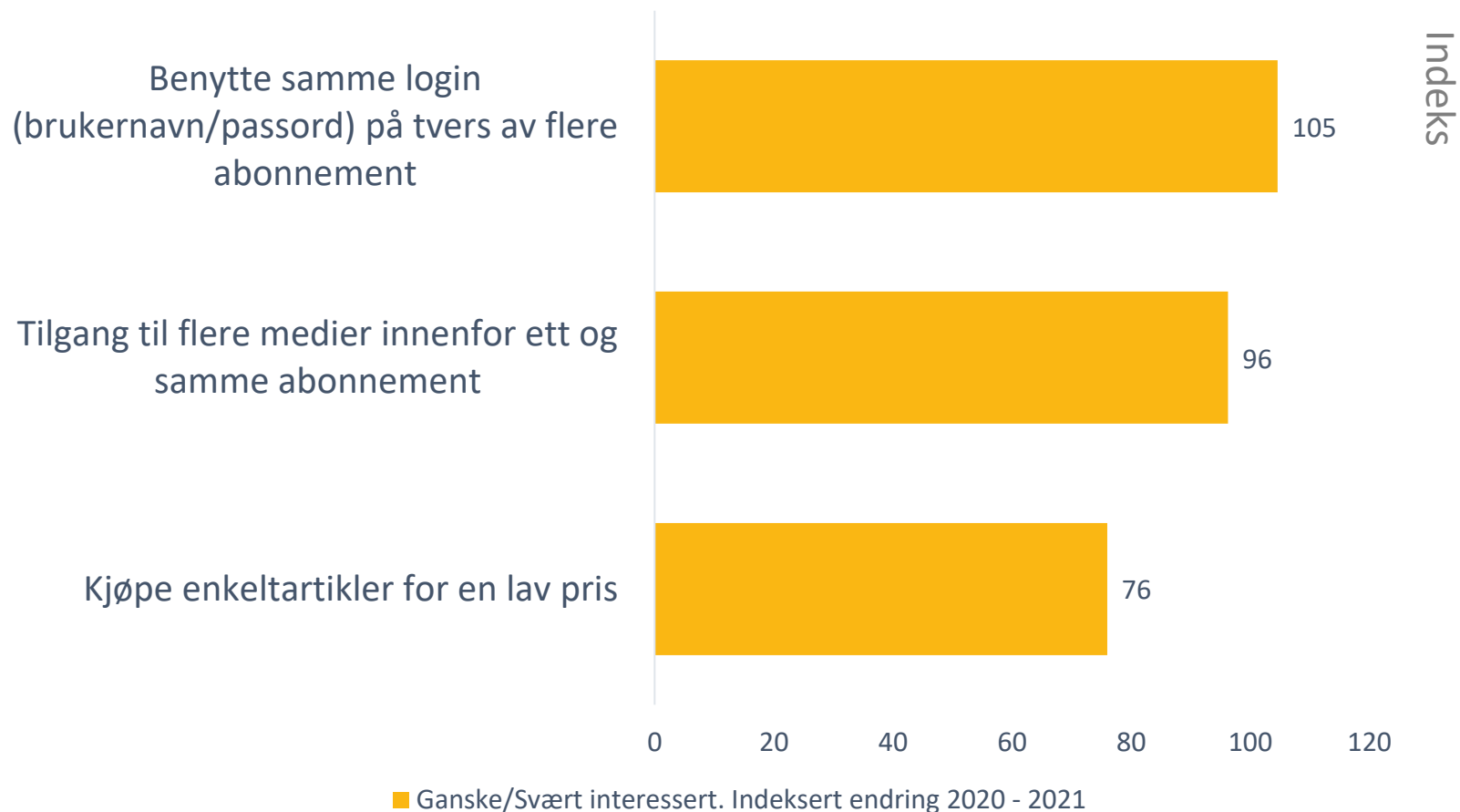
# Login – tilgang - enkeltartikler



Hvor interessert er du i å kunne...

Base 2021: Har abonnement på avis i husstanden: 695

# Færre vil kjøpe enkeltartikler til en lav pris



Færre er interessert i mikrobetaling i form av å kjøpe enkeltartikler til en lav pris, og kvinner er i større grad enn menn interessert i dette.

Det er i 2021 flere blant de som i dag har abonnement, som svarer at de er svært interessert i å benytte samme login (brukernavn/passord) på tvers av flere abonnement enn året før, mens omtrent like mange er ganske interessert i dette. Det er naturlig nok de som i størst grad benytter seg av digitale avisabonnement, som ønsker seg dette, og ca. 7 av 10 i alderen 30-59 år svarer at de er interessert i dette.

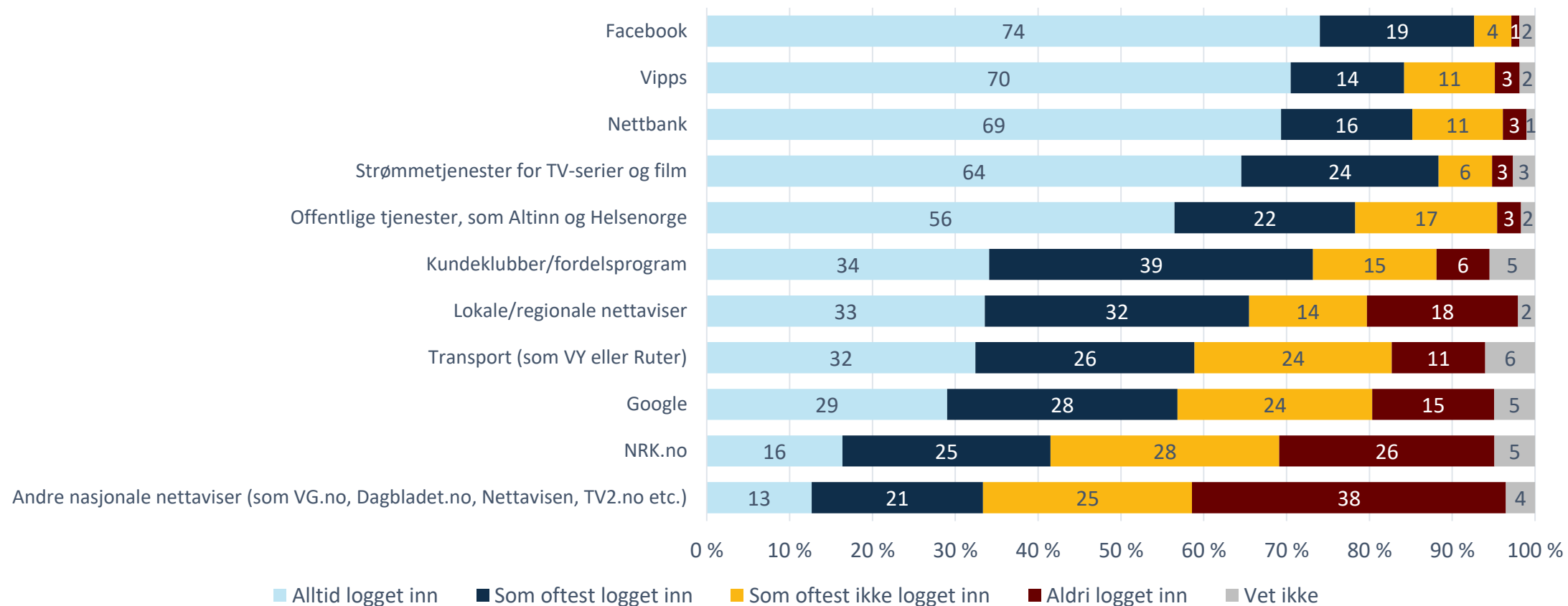


# Innlogging – bruk og erfaringer

# INNLOGGING – oppsummering

- Det er i dag ulik grad av innlogging på forskjellige forbrukertjenester. Flest er som oftest logget inn på Facebook, strømmetjenester, nettbank og Vipps. Andelen som alltid er logget inn, er naturlig nok lavere hos norske redaktørstyrte medier enn andre tjenester hvor innlogging er et krav for i det hele tatt å kunne bruke tjenesten. Andelen som alltid eller som oftest er logget inn, er lavest hos NRK.no og norske nasjonale nettaviser.
- Det er få, og kun 4-5 prosent av de som logger på norske nettaviser som sier at de ofte møter på problemer. Andelen som av og til møter på problemer, er noe større. 17-18 prosent av de som har brukt innlogging på norske nettaviser de siste 6 månedene, har opplevd problemer med å logge inn ofte eller av og til. Dette er på nivå med bruk av ulike nettbankløsninger. Andelen er lavere for offentlige tjenester, kundeklubber, NRK.no, Facebook, Vipps og Google.
- Om vi ser på de største problemene, uavhengig av hvilke tjenester man bruker, nettaviser eller andre, svarer nærmere halvparten at det tar for lang tid å logge inn. De har problemer med å huske brukernavn og passord selv, eller de sliter med at tjenesten ikke husker brukerinfo fra gang til gang. Flere har også opplevd å bli logget ut mot sin vilje. Problemene ved innlogging på norske nettaviser er i stor grad de samme som for andre forbrukertjenester.

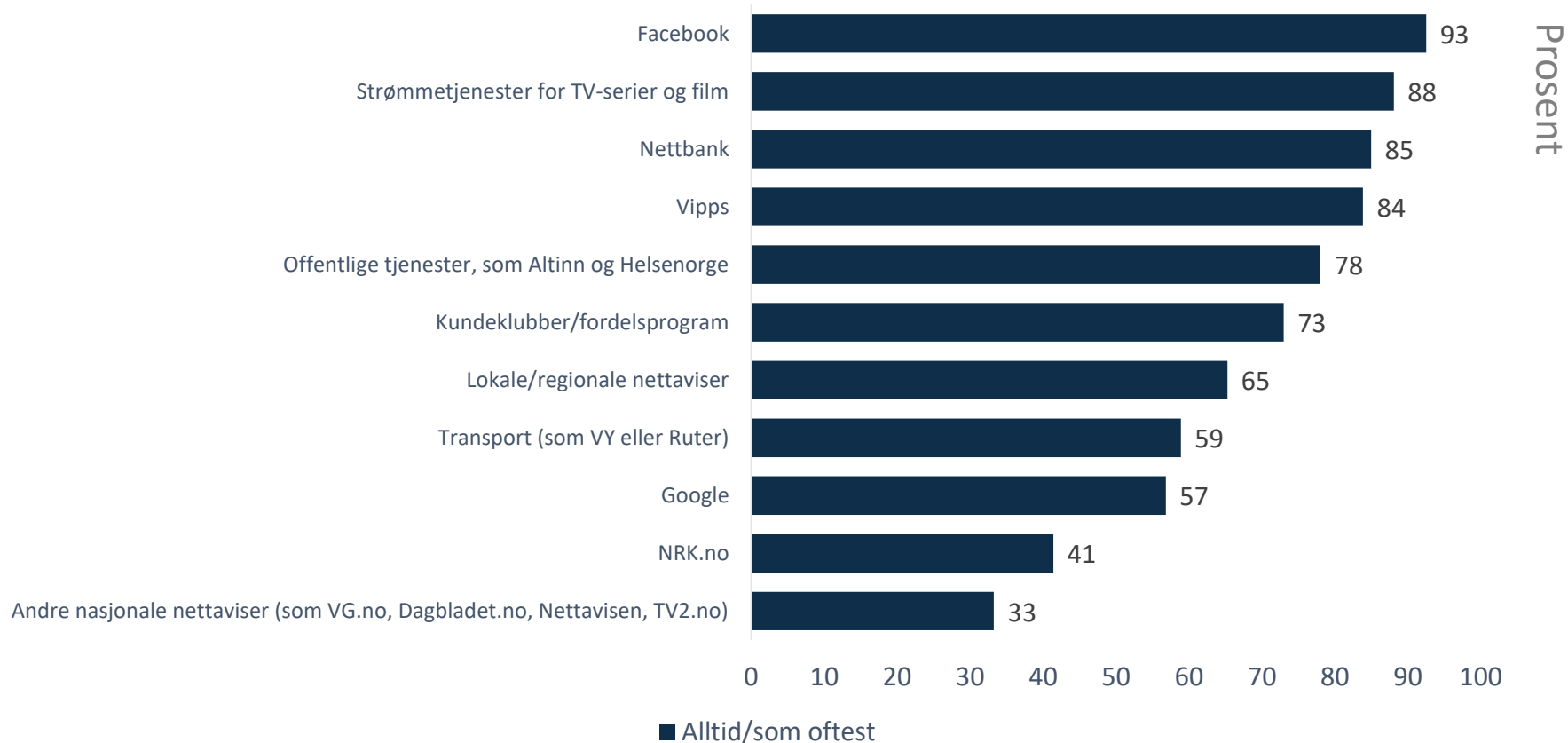
# Hyppighet på innlogging hos ulike tjenester



Hvor ofte er du logget inn når du bruker følgende tjenester?

Base 2021: Brukt digital tjeneste (via nettsider eller app) de siste 6 måneder: 378 – 808 avhengig av tjeneste

# Flest er som oftest logget inn på Facebook, strømmetjenester, nettbank og Vipps



Det er ulik grad av innlogging på forskjellige forbrukertjenester. Flest er som oftest logget inn på Facebook, strømmetjenester for TV og film, nettbank og Vipps.

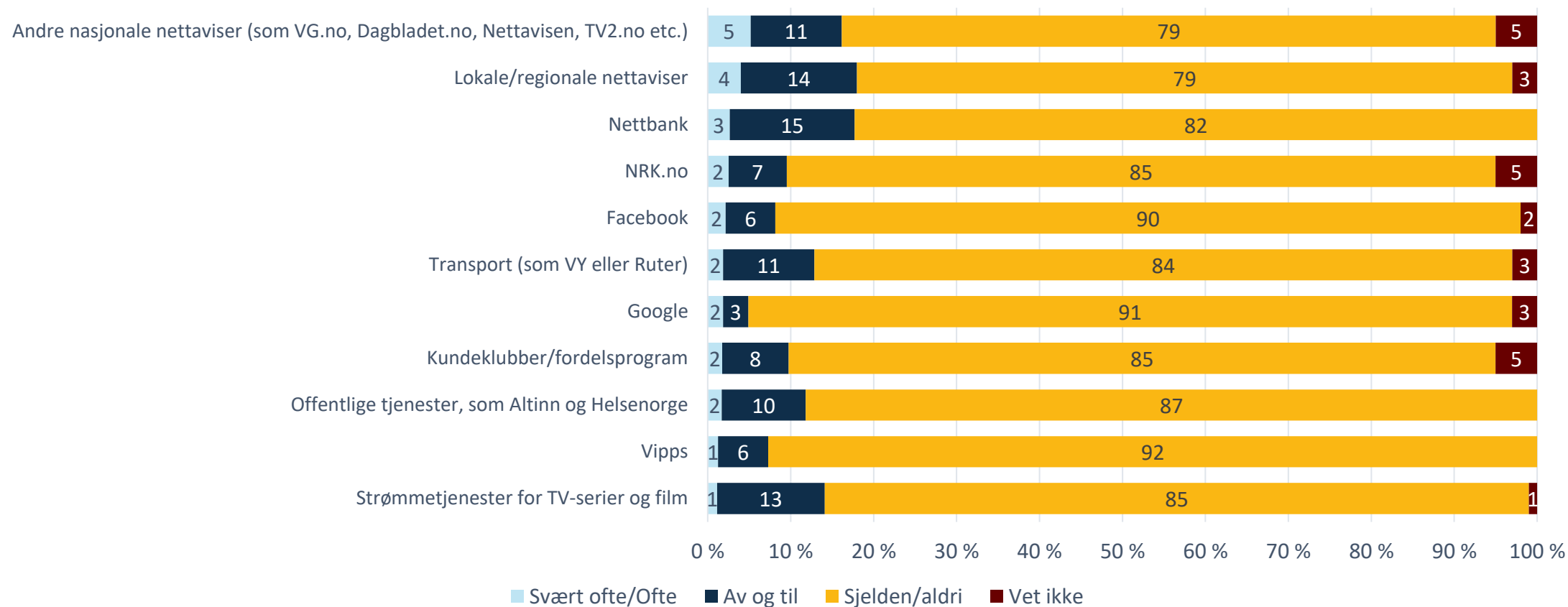
Andelen som alltid er logget inn, er naturlig nok lavere hos norske redaktørstyrte medier enn andre tjenester hvor innlogging er et krav for i det hele tatt å kunne bruke tjenesten. Andelen som alltid eller som oftest er logget inn, er lavest hos NRK.no og norske nasjonale nettaviser.

Hvor ofte er du logget inn når du bruker følgende tjenester?

Base 2021: Brukt digital tjeneste (via nettsider eller app) de siste 6 måneder: 378 – 808 avhengig av tjeneste



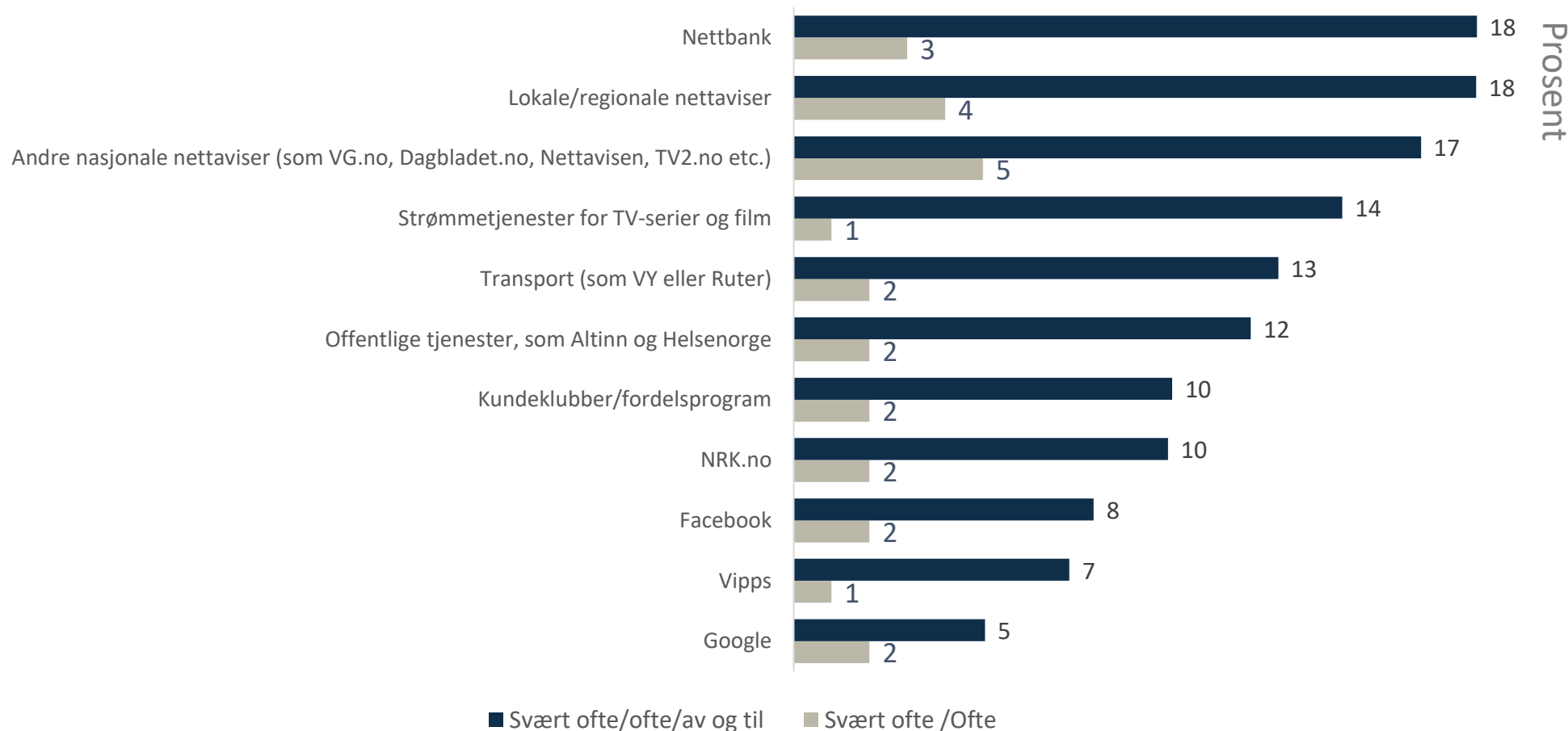
# Hyppighet på problemer ved innlogging



Hvor ofte opplever du problemer med å logge inn på følgende tjenester?

Base 2021: Brukt digital tjeneste (via nettsider eller app) de siste 6 måneder og logget inn (alltid/som oftest/som oftest ikke) på ulike tjenester: 372 – 972, avhengig av tjeneste.

# Flest opplever problemer med å logge inn på nettbank og nettaviser



Det er få, og kun 4-5 prosent, av de som logger på norske nettaviser som sier at de ofte møter på problemer. Andelen som av og til møter på problemer, er noe større.

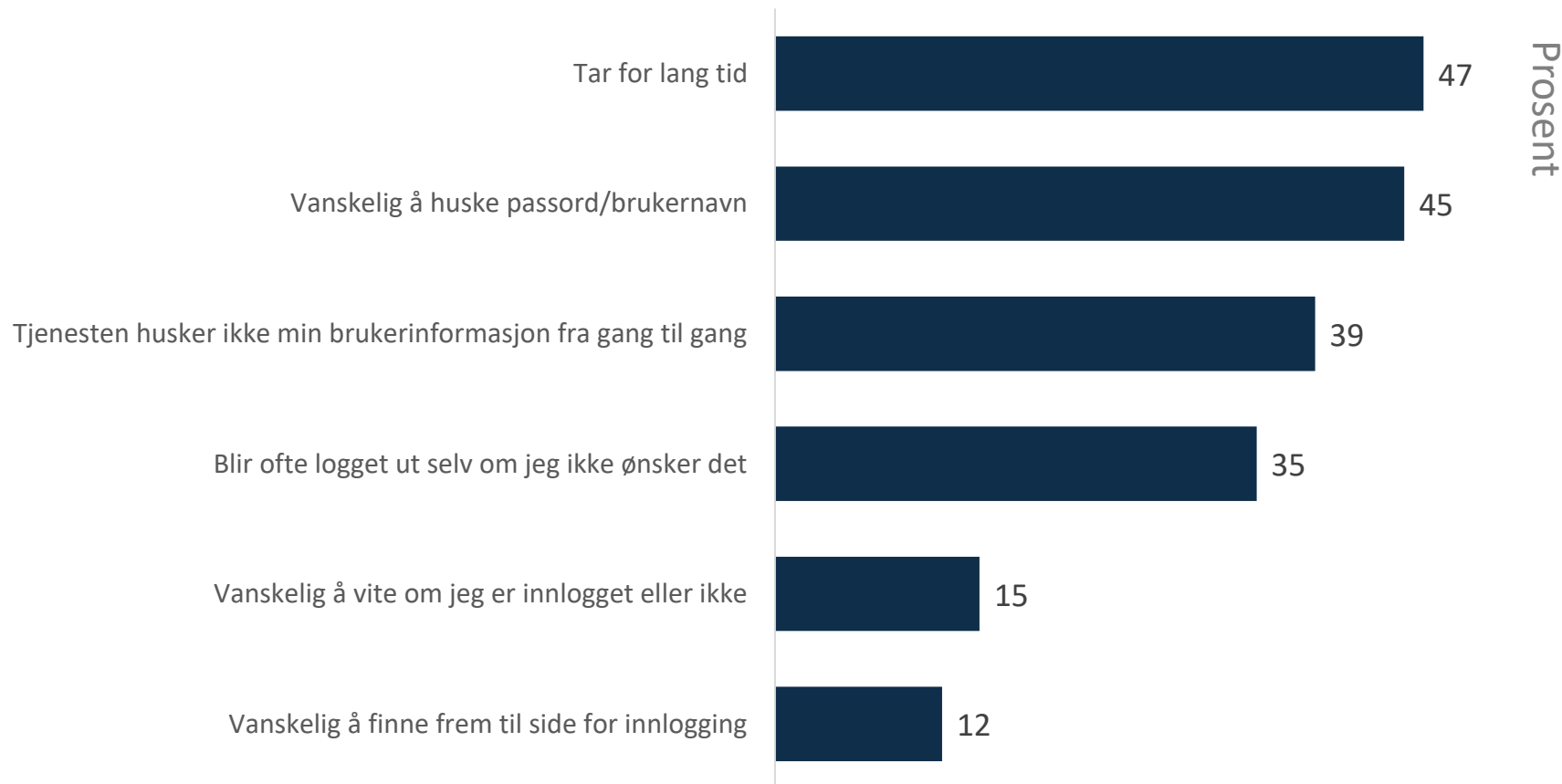
17-18 prosent av de som har brukt innlogging på norske nettaviser de siste 6 månedene, har opplevd problemer med å logge inn ofte eller av og til. Dette er på nivå med bruk av ulike nettbankløsninger. Andelen er lavere for offentlige tjenester, kundeklubber, NRK.no, Facebook, Vipps og Google.

Hvor ofte opplever du problemer med å logge inn på følgende tjenester?

Base 2021: Brukt digital tjeneste (via nettsider eller app) de siste 6 måneder og logget inn (alltid/som oftest/som oftest ikke) på

ulike tjenester: 372 – 972, avhengig av tjeneste.

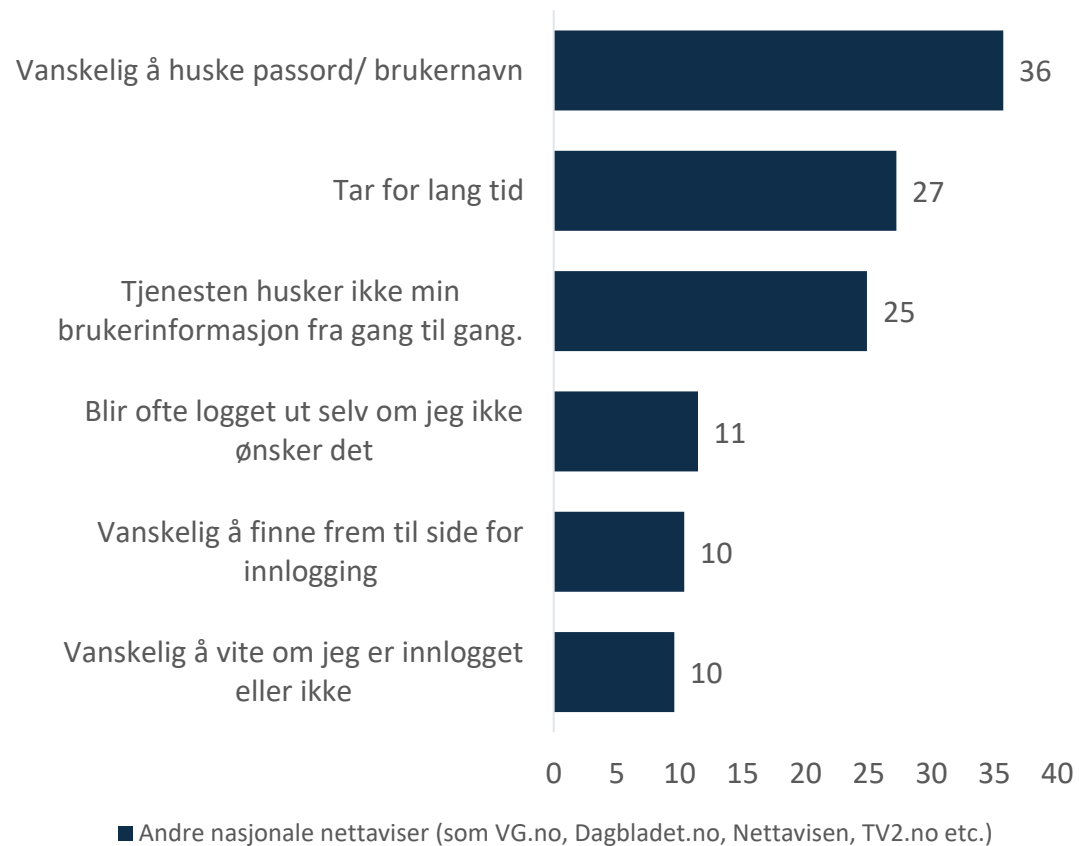
# Største problemer relatert til innlogging



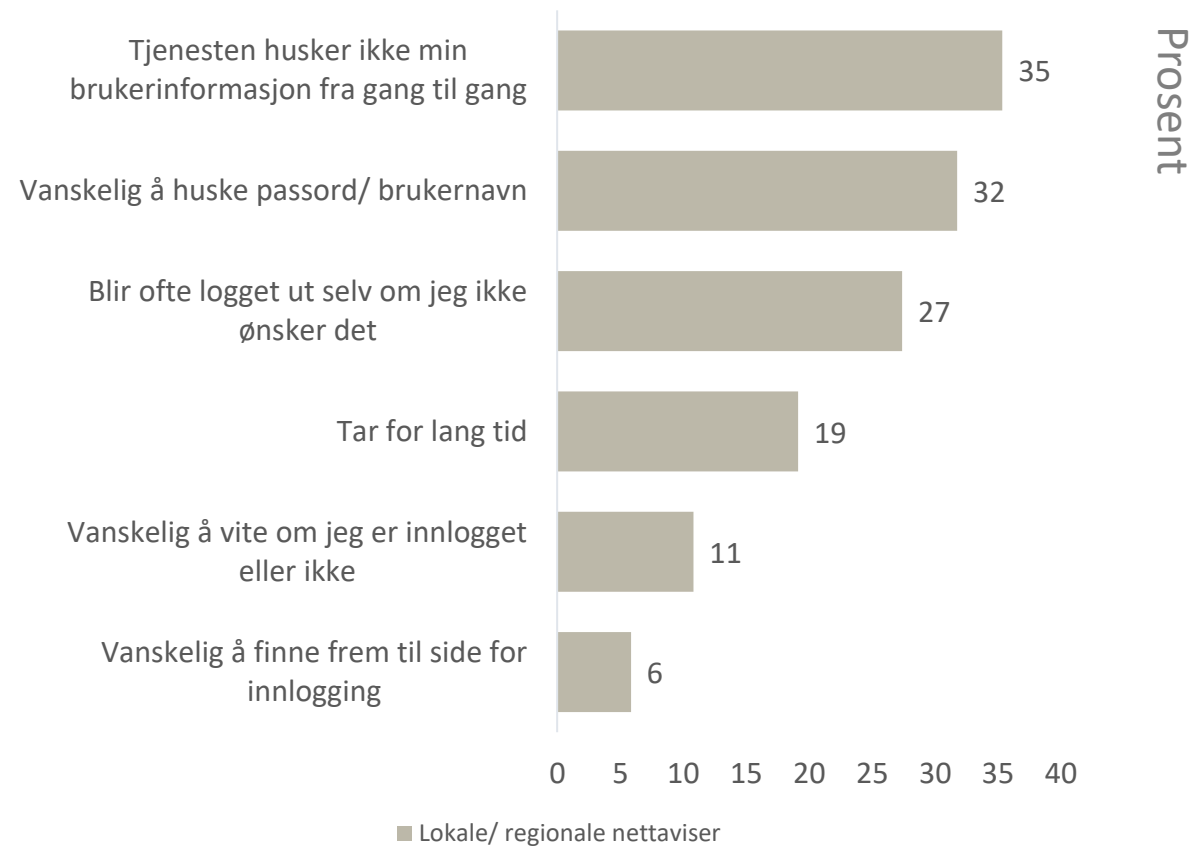
Om vi ser på de største problemene, uavhengig av hvilke tjenester man bruker, nettviser eller andre, svarer nærmere halvparten at det tar for lang tid å logge inn. De har problemer med å huske brukernavn og passord selv, eller de sliter med at tjenesten ikke husker brukerinfo fra gang til gang. Flere har også opplevd å bli logget ut mot sin vilje.

Har du de siste 6 månedene møtt på noen av følgende problemer når du skal logge inn på følgende digitale tjenester?  
Base 2021: Brukt digital tjeneste (via nettsider eller app) de siste 6 måneder og logget inn (alltid/som oftest/som oftest ikke) på ulike tjenester og har opplevd problemer med å logge inn på minst én av tjenestene (svært ofte/ofte/av og til): 304

# Andre nasjonale nettaviser



# Lokale nettaviser



Har du de siste 6 månedene møtt på noen av følgende problemer når du skal logge inn på følgende digitale tjenester?  
Base 2021: Brukt digital tjeneste (via nettsider eller app) de siste 6 måneder og logget inn (alltid/Som oftest/som oftest ikke) på ulike tjenester og har opplevd problemer med å logge inn på minst én av tjenestene (svært ofte/ofte/av og til). Andre nasjonale nettaviser: 74, Lokale nettaviser: 102

# Problemer ved innlogging på nettaviser

“Innlogging i ei avis sender deg til ei annan.”

“Må logge inn flere ganger daglig”

“Henter ofte nyheter fra Facebook, men må alltid logge inn på nytt hver gang jeg skal inn på en nyhetsartikkel. Dette er veldig tungvint”



“Må stadig be om nytt passord. Fungerer ikke alltid å gjøre dette. Gir opp”

“Jeg blir ofte kastet ut og må skrive inn passord og brukernavn på nytt.”

“Opplever ofte at når siden er halvveis innlastet så stopper alt”

# Utvalget - landsrepresentativt



# Hvem har besvart undersøkelsen?

## KJØNN

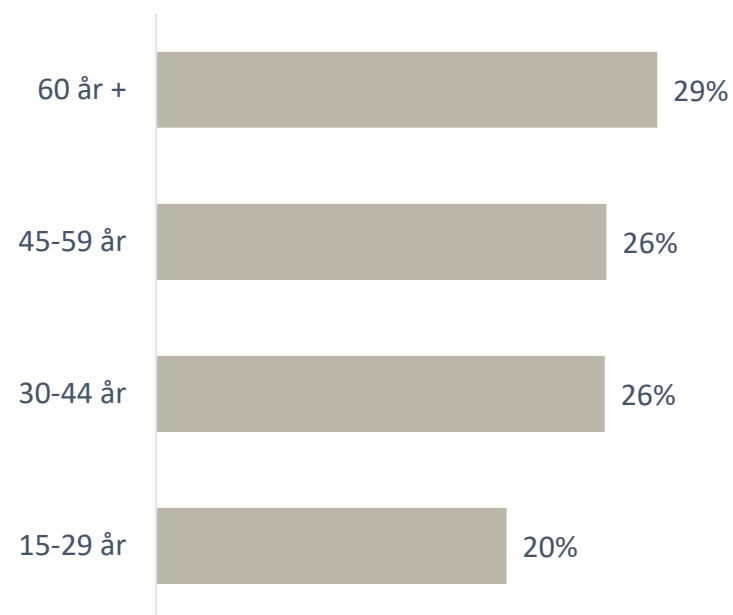


50%

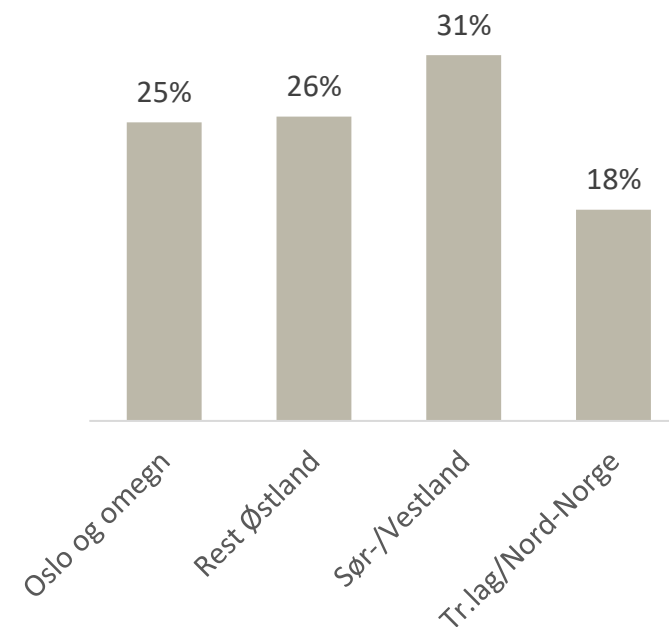


50%

## ALDER

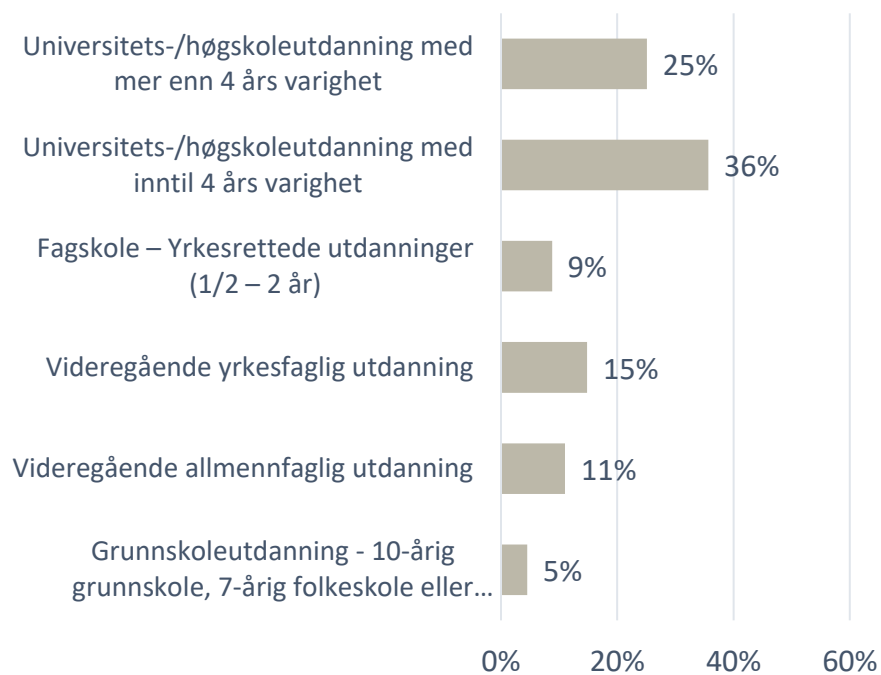


## REGION

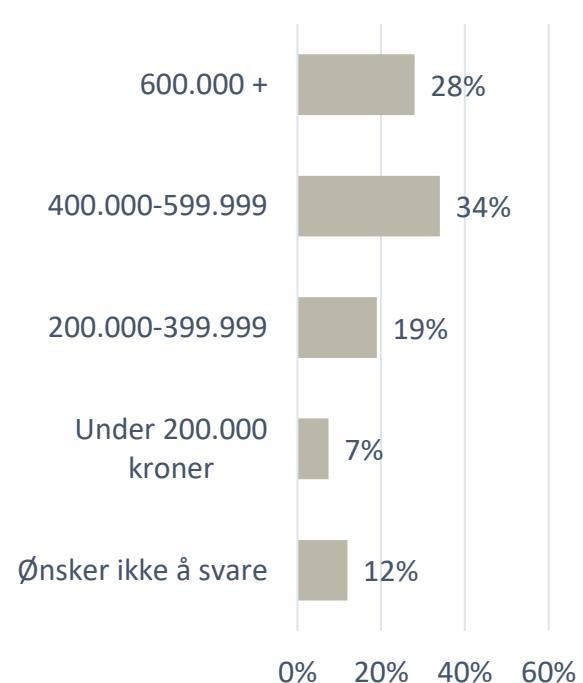


# Hvem har besvart undersøkelsen?

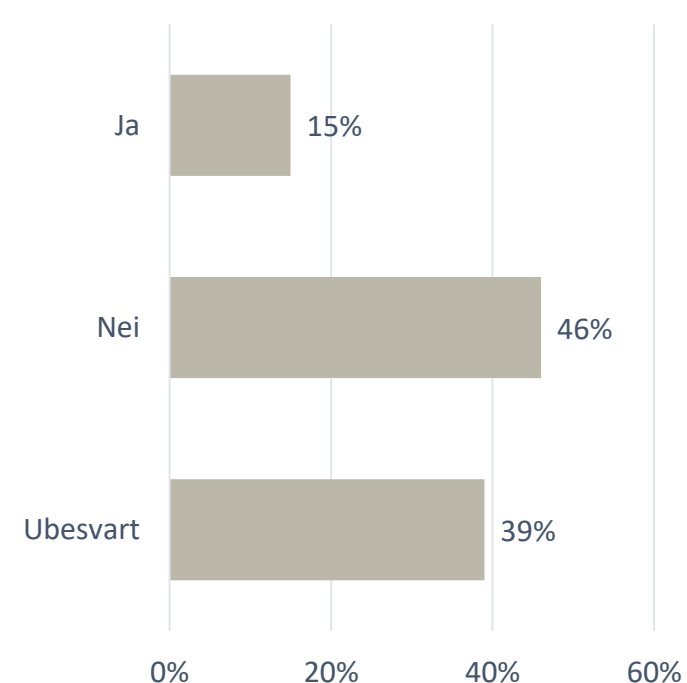
## UTDANNING



## PERSONLIG INNTEKT



## LEDENDE STILLING





Undersøkelse om

# BETALING FOR NYHETER

# 2021

Spørsmål om undersøkelsen kan rettes til:  
Bente Håvimb, Innsikts- og analyseansvarlig MBL, [bente@mediebedriftene.no](mailto:bente@mediebedriftene.no)  
Salve Nergården Jortveit, Seniorrådgiver Kantar, [salve.jortveit@kantarc.com](mailto:salve.jortveit@kantarc.com)